الإعلام الإلكتروني

الأسس وآفاق المستقبل

مروى عصام صلاح





الإعلام الإلكتروني

الأسس وآفاق المستقبل

الإعلام الإلكتروني

الأسس وآفاق المستقبل

تأليف

الأستاذة

مروى عصام صلاح

الطبعة الأولى

2015م – 1436هـ



رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2013/6/2229)

302.23

صلاح، مروى عصام

الإعلام الألكتروني الأسس وآفاق المستقبل/ مروى عصام صلاح.-
عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع، 2013

( ) ص.

ر.إ.: 2013/6/2229

الواصفات: /الإعلام//الإنترنيت//وسائل الجماهيري/

- يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

الطبعة العربية الأولى

2015م – 1436هـ



دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - مرج الحمام - شارع الكنيسة - مقابل كلية القدس
هاتف 0096265713906 فاكس 0096265173907
www.dar-aleasar.com

ISBN 978-9957-524-45-6 (ردمك)

المحتويات

الموضوع	الصفحة
مقدمة	15

الوحدة الأولى

نظرة على الصحافة والإعلام عبر التاريخ

المصطلحات الأساسية في الصحافة والإعلام	19
الإعلام	19
وظيفة الإعلام	19
أنواع وسائل الإعلام	20
الصحيفة أو الجريدة	21

الوحدة الثانية

مفهوم الاتصال و تطور البنية الأساسية للاتصال ووسائل الإعلام

تطور الاتصال وأنواعه	33
مفهوم الاتصال	33
الاتصال وتطور البشرية	36
أولا : عصر الإشارات والاتصال الغير لفظي	36
ثانيا :عصر التخاطب والاتصال اللفظي	38
ثالثا :عصر الكتابة والاتصال الغير شخصي	39
لمحة عن تطور الطباعة	40
رابعا : عصر الإعلام والاتصال الجماهيري	42

الوحدة الثالثة

الثورة الرقمية ـ مظاهرها ونتائجها

أهم التطورات في تكنولوجيات الاتصال	55
أولا: آثار الرقمنة في شبكات الاتصال	56
ثانيا: ظاهرة الانترنت	60
ثالثا: انعكاسات تطور الاتصالات واثره على الإنسان	61

الموضوع	الصفحة

الفجوة الرقمية........................ 66

مظاهر الفجوة الرقمية........................ 68

اسباب الفجوة الرقمية........................ 69

سد الفجوة الرقمية........................ 71

الوحدة الرابعة

الإنترنت :مفهومه، مراحل تطوره، وخدماته

تعريف الإنترنت........................ 75

نظرة تاريخة........................ 77

أهم مراحل في تاريخ نشأة شبكة "الانترنت"........................ 78

أهم المحطات في تاريخ الانترنت........................ 79

آلية عمل الانترنت........................ 81

تطبيقات الانترنت في الاتصالات........................ 83

العناصر الرئيسة التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت........................ 84

السير تيم بيرنرز مخترع الانترنت........................ 85

استخدامات الإنترنت........................ 86

استخدام الانترنت في العالم والوطن العربي........................ 97

نظرة تحليله لأكثر المواقع زيارة في الوطن العربي........................ 100

الوحدة الخامسة

الخدمات الإتصالية لشبكة الإنترنت

أهم الخدمات الاتصالية عبر الانترنت........................ 107

خدمة البريد الالكتروني........................ 107

مجموعات الأخبار........................ 108

شبكة الإخباريات........................ 110

خدمة التراسل الفوري........................ 111

خدمة جوفر........................ 112

الموضوع	الصفحة

محركات البحث 112

التلينيت 115

شبكة الويب 116

الوحدة السادسة

الإعلام والإنترنت : (التطبيقات الإعلامية لشبكة الإنترنت)

نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت 123

وكالات الانباء 123

إذاعة الانترنت 124

البث التلفزيون عبر الانترنت 124

خدمة الإخبار بالهاتف المحمول 125

خدمة الواب 126

النشر الالكتروني 126

تطور النشر الالكتروني 127

ميزات النشر الالكتروني 128

متطلبات صناعة النشر الإلكتروني 129

الوحدة السابعة

السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت

التفاعلية 133

مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم 135

مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي 135

مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة 136

التفاعلية في الانترنت 136

سهولة الاستخدام 137

الوسائط المتعددة 138

سرعة الحصول على المعلومات 139

الموضوع	الصفحة

ميزات استخدام الانترنت.............................. 140

سلبيات استخدام الانترنت............................. 142

الوحدة الثامنة
الإعلام الإلكتروني

تعريف الاعلام الالكتروني............................. 148

تاريخ وتطور الاعلام الاكتروني........................ 149

المصطلحات الاساسية في الاعلام الالكتروني............. 150

تطور الاعلام الالكتروني عبر التاريخ.................. 151

الخصائص التي تميز بها الاعلام الالكتروني............. 152

الفروق الهامة بين الاعلام الالكتروني وبين الاعلام التقليدي......... 153

أشكال الإعلام الإلكتروني............................. 156

خصائص الإعلام الالكتروني 157

الإشكاليات التي تواجه انتشار الاعلام الالكتروني........ 157

بيئة الإعلام الإلكتروني.............................. 158

الوحدة التاسعة
الصحافة الإلكترونية

تعريف الصحافة الإلكترونية............................ 164

نظرة تاريخية.. 165

أهم سمات و مميزات الصحافة الإلكترونية................ 166

العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني الصحفي.............. 170

التحرير في الصحافة الإلكترونية........................ 171

تمويل الصحافة الالكترونية............................ 172

نظرة في الصحافة الإلكترونية العربية................... 173

تقسيمات الصحف العربية الإلكترونية.................... 174

نظرة العاملين في الصحافة العربية للصحافة الالكترونية............ 175

الموضوع	الصفحة

تشريعات وقوانين الصحافة الالكترونية........ 177

نظرة على مضامين الصحف الإلكترونية في الأردن كنموذج........ 178

الصحف الالكترونية المرتبطة بالصحافة التقليدية........ 183

الصحف الإلكترونية تبعا لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية اخرى........ 184

انماط الصحافة الالكترونية........ 185

الوحدة العاشرة

الإذاعة الإلكترونية

تعريف الاذاعة الالكترونية........ 190

مزايا الإذاعة الالكترونية........ 191

بداية الإذاعة الالكترونية........ 193

تقنية الإذاعة الالكترونية........ 194

كيف تنشيء محطة راديو عبر الإنترنت؟........ 194

أهم المواقع المختصة بالبث الاذاعي الالكتروني........ 195

نظرة على الاذاعة الالكترونية في الوطن العربي........ 197

الوحدة الحادية عشرة

التلفزيون الإلكتروني (تلفزيون الانترنت)

الباب الاول : تلفزيون الانترنت........ 201

ماهو تلفزيون الانترنت؟........ 201

اشكال البث التلفزوني عبر الانترنت........ 202

طرق مشاهدة تلفزيون الانترنت........ 204

الباب الثاني : يوتيوب ودوره في الاعلام........ 204

تعريف اليوتيوب........ 204

اليوتيوب بأرقام........ 205

التأثير الاجتماعي لليوتيوب........ 205

الموضوع	الصفحة

دور اليوتيوب في خدمة الاعلام الالكتروني.................... 207

ميزات اليوتيوب.................... 209

اليوتيوب ووسائل الاعلام.................... 210

المصداقية في اليوتيوب.................... 211

أشخاص اشتهروا عبر اليوتوب.................... 212

الوحدة الثانية عشر
الأرشيف الإلكتروني

تعريف الارشفة والارشفة الالكترونية.................... 217

أهمية الارشفة الالكترونية.................... 218

ركائز الارشفة الالكترونية.................... 218

مزايا الارشفة الالكترونية.................... 219

ادوات إنشاء الأرشيف الإلكتروني 220

طرق التحول إلى الأرشيف الالكتروني.................... 221

خصائص الأرشفة الإلكترونية.................... 223

أهداف الأرشيف الالكتروني.................... 224

وظائف الأرشيف الإلكتروني.................... 225

بعض نظم الأرشفة الإلكترونية العربية والمعربة.................... 227

أرشيف الانترنيت.................... 228

دور الأرشفة الالكترونية في خدمة الإعلام.................... 229

الوحدة الثالثة عشر
الإعلان الإلكتروني

تعريف الإعلان إلكتروني.................... 233

أشكال الإعلان الإلكتروني.................... 233

اللافتة الإعلانية (Banner) 233

البريد الإلكتروني الإعلاني.................... 234

الموضوع	الصفحة
الإعلان عبر محركات البحث..	234
الإعلان عبر الرسائل القصيرة (SMS)................................	236
التحديات للإعلانات في المستقبل....................................	237
ميزات الإعلان الكتروني..	237
مشاكل الإعلان الإلكتروني...	238
التخطيط للإعلان الالكتروني...	239

الوحدة الرابعة عشر
شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الإعلامي

الموضوع	الصفحة
الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي..............................	245
تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.....................................	246
نشأة الشبكات الاجتماعية..	246
أنواع الشبكات الاجتماعية...	247
أنواع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعتها..............................	248
الشبكات الاجتماعية عربياً...	248
الشبكات الاجتماعية والأعمال..	249
اشهر شبكات التواصل العالمية..	249
نظرة على الفيس بوك..	250
ما هو الفيس بوك...	250
نظرة تاريخية..	251
النواحي المالية...	254
نظرة على الموقع...	256
سمات الموقع..	257
الفصل الثاني: المدونات...	263
تعريف المدونة..	263
نظرة تاريخية..	264

الموضوع	الصفحة
انواع المدونات..............	266
من الذي يقوم بكتابة المدونات الإلكترونية؟........	268
طريقة التدوين الالكتروني..............	268
خدمة التدوين الإلكتروني..............	271
برامج التدوين الإلكتروني..............	271
المدونات (الاعلام البديل)	272
أهم مزايا المدونات..............	273
الفصل الثالث: الويكي..............	275
تعريف الويكي..............	275
نظرة تاريخية..............	275
الخصائص المميزة..............	276
الوصلات المتشعبة..............	276
تنظيم المحتويات..............	276
التحكم بالتعديلات..............	277
العبث والتخريب..............	277
مواقع الويكي العربية..............	278
الفصل الرابع: مواقع التواصل والاجتماعي و الاعلام : (الفيس بوك والاعلام)..............	279
سمات مواقع التواصل الاجتماعي..............	282
الفيس بوك في العالم العربي..............	284
سمات مواقع التواصل..............	287
ثقافة التغيير ودور شبكات التواصل في الثورات العربية..............	288
مواقع التواصل ليست بديلا لوسائل للاعلام..............	292

الوحدة الخامسة عشرة
خدمات البث باستخدام الهاتف المحمول

تعريف الهاتف المحمول.. 299

تطور الهاتف المحمول.. 299

خدمات البث عبر الهاتف الجوال................................ 300

البث الحي على الهاتف الجوال................................ 301

البث الاذاعي... 301

البث التلفزويني (Mobile TV) 301

اهم التقنيات المستخدمة في البث التلفزيوني عبر الهاتف المحمول... 302

نظرة على واقع البث التلفزيوني عبر المحمول.................... 303

بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـMMS..... 305

بث خدمات الأخبار العاجلة.................................... 306

الوحدة السادسة عشر
واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي

التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي الالكتروني................ 309

مفهوم مصطلح الإعلام.. 310

أشكال الإعلام التقليدي...................................... 312

مقارنة بين الاعلام التقليدي بالاعلام الاكتروني.................. 313

مصادر تمويل الاعلام الالكتروني............................... 316

إشكاليات مصادر تمويل الاعلام الالكتروني....................... 318

واقع ومشكلات الاعلام الالكرتوني العربي........................ 318

الاعلام الالكرتوني والقضية الفلسطينية......................... 320

القصور في الاعلام الالكتروني العربي........................... 321

الاعلام الالكتروني والتقليدي في الوطن العربي.................. 321

مراحل تطورالاعلام الالكتروني و الصحافة الالكترونية العربية...... 323

الموضوع	الصفحة
مستقبل الصحافة الالكترونية العربية........................	324
العلاقة بين الاعلام التقليدي والإعلام الالكتروني – تكامل أم تنافس نظرة تاريخية لواقع الاعلام التقليدي والإعلام الالكتروني – في مصر نموذجا –........................	326
استنتاجات وملاحظات حول طبيعة العلاقة بين الإعلام الإلكتروني المستقل والصحافة التقليدية........................	332
نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني...	334
آراء بعض الكتاب والإعلاميين في الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني........................	342
المصادر والمراجع........................	353

المقدمــة

في ستة قرون مضت اعتاد الإنسان على الكلمة المطبوعة كشكل ومحتوى يقدم له الأخبار والمعلومات فيما عرف بالصحيفة التي اتخذت بدورها انماطا عدة، وشهدت مراحل تطورية مختلفة في آليات التصنيع والطباعة والمضمون.

وبسبب هذه الفترة الطويلة التي عاشت خلالها الصحيفة فقد تشكل نوع من الألفة بينها وبين الإنسان، وباتت الصحف مظهراً لا غنى عنه في أي مجتمع، ودلالة على تطور المجتمع، بل إنها أصبحت رمزاً سيادياً للدول والحكومات، ودخلت كوسيط في الصراعات السياسية والأيدلوجية، وأصبحت احد الأوعية الأساسية للمعلومات والآراء في هذا العصر حتى قيل على سبيل التشبيه إن الطبعة اليومية لجريدة مثل النيويورك تايمز تتضمن معلومات تفوق ما كان يحصل عليه الفرد في القرن السابع عشر على مدى عمره كله.

مع التطور العلمي الكبير الذي حدث خلال السنوات القليلة الماضية فإن المتتبع للصحافة والإعلام قبل عقد واحد من الآن، كان يمكن ان يتوقع اي تطور ممكن في شكل تقديم الصحيفة أو مضامينها أو أساليب توزيعها، لأنه اعتاد على التطوير ضمن هذه الحدود، لكن أحدا لم يكن ليتخيل ان الصحيفة المطبوعة على الورق التي رافقته مئات السنين يمكن ان تختفي خلال سنوات معدودة، بعد ان بدأت تعيد حسابات نمطها التقليدي السائد أمام ثورة الحاسوب والمعلوماتية غير المسبوقة في تاريخ التطور الإنساني، وبات أمامنا شكل صحفي جديد تقرأ فيه الأخبار والمعلومات والآراء ونشاهد الصور، ولكن عبر شاشة الحاسوب ومن خلال شبكة الانترنت بلا ورق ولا أحبار فيما بات يعرف اليوم بالصحافة الالكترونية.

ان الصحيفة الالكترونية التي يتزايد حضورها ويتسع كل يوم على صعيد العالم، تفرض نمطاً مهنياً جديداً في كل شيء بدءاً من التحرير وانتهاءاً بالوصول إلى القارئ ورجع الصدى الصادر عنه، وبرغم ان الصحف التقليدية ما زالت تتسيد

الساحة المهنية وتشهد ذروة ازدهارها منذ ظهور أول صحيفة قبل عدة قرون، إلا ان كل ذلك لا يمنع التساؤل الملح حول إمكانية الصحف التقليدية المطبوعة على الصمود في وجه الصحافة الألكترونية التي تبدو أكثر قدرة على التعبير عن متطلبات المستقبل وإمكانياته، وما ان كنا سنشهد في هذا الجيل نهاية عصر الصحيفة التي عاشت معنا مئات السنين.

في هذا الكتاب سوف نحاول التعرف على الصحافة والإعلام الالكتروني والفروقات الأساسية بينها وبين الصحافة والإعلام التقليدي وتأثيرات الصحافة والإعلام والالكتروني على الصحافة والإعلام التقليدي.

الوحدة الأولى

نظرة على الصحافة والإعلام عبر التاريخ

الوحدة الأولى
نظرة على الصحافة والإعلام عبر التاريخ

❖ **المصطلحات الأساسية في الصحافة والإعلام:**

في البداية سوف نذكر ونتعرف على المصطلحات الأساسية في الصحافة والإعلام.

❖ **الإعلام:**

هو مصطلح على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات

إلا أن الإعلام يتناول مهاما متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع. تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع.

❖ **وظيفة الإعلام:**

في الدول الديمقراطية تؤول وظيفة إعلام الجمهور وتكوين الرأي العام إلى الصحافة بصفة رئيسية، وهي من خلال عملها تقوم أيضا بالنشاط النقدي والرقابة العامة. تلك الوظائف تختلف في مدى حيادها ومصداقيتها بحيث تنفع الجمهور. والعلم التخصصي الذي يهتم بدراسة تاريخ وفاعلية الإعلام يسمى "علم الإعلام".

ويمكن اعتبار أهم وظائف الإعلام ما يلي:

- تمثيل الرأي العام وتمثيل مؤسسات، ومنها الإعلان التجاري والتسويق والدعاية والتواصل مع الجمهور والتواصل السياسي.
- الترفيه مثل التمثيليات والموسيقى والرياضة والقراءة العامة، ثم ظهر خلال أواخر القرن الماضي الفيديو وألعاب الحاسوب.
- تقديم خدمات للجمهور، وإعلانات.

❖ انواع وسائل الإعلام:

هنالك العديد من أشكال وسائل الإعلام وأهمها:

أ. وسائل الإعلام المطبوعة وتشمل

1. صحف وجرائد.
2. مجلات.
3. الدوريات.
4. المطبوعات بأنواعها.
5. الملصقات.

ب. هناك وسائل إعلام مرئية أو مسموعة وتشمل

1. التلفاز.
2. المذياع.
3. الإنترنت من خلال بعض المواقع.

ج. وسائل إعلام مرئية ومسموعة:

1. إذاعات.

2. القنوات الأرضية والفضائية.
3. السينما: تشكل واحدة من اهم وسائل الإعلام الأمريكية عن طريق إنتاج الأفلام السينمائية.

❖ الصحيفة أو الجريدة:

هي إصدار يحتوي علي أخبار ومعلومات وإعلانات، وعادة ما تطبع علي ورق زهيد الثمن. يمكن أن تكون الصحيفة صحيفة عامة أو متخصصة؛ وقد تصدر يوميا أو أسبوعيا.

❖ الفرق بين الصحيفة والجريدة:

جرى العرف أن يطلق اسم "صحيفة" على "الجريدة"

- الصحيفة هي كل مطبوع دوري، وبالتالي يدخل تحت خانتها المجلة التي يعمل بها "صحفيون" أيضا.
- إلا أن المجلة تتميز بدورية أطول من الجريدة التي تصدر يوميا أو أسبوعيا، في حين يمكن للمجلة أن تصدر أسبوعيا أو شهريا أو نصف شهريا أو فصليا أي كل ثلاثة أشهر.
- تختلف المجلة عن الجريدة في نوعية الورق ووجود غلاف وقطع مختلف.

❖ نظرة تاريخية:

الصحافة بمعنى التبليغ، نقل الأخبار، الإعلام، قديمة ربما قدم الإنسان، وما النقوش الحجرية سوى ضرب من ضروب الصحافة عند بعض الأمم القديمة كالصينيين والمصريين، وكذلك التدوين على الورق البردي الذي اشتهر بها المصريون أيضا، ويعود تاريخها إلى أربعة آلاف سنة؛ وكانت الأخبار على هذه المدونات – فضلا عن التسلية – كانت يختلط فيها الخيال بالواقع، ليؤسس هذا الضرب من الصحافة بداية للفلكلور الشعبي، عند بعض الأمم، حتى قيل أنه كان

لبعض الجماعات البشرية مؤرخون، يدونون الحوادث اليومية كما كان عند البابليين، وكان يتم نقل الأخبار من منطقة إلى أخرى عبر محطات بواسطة جياد، حتى إذا وصل الخبر إلى حاكم الولاية تتم إشاعة الخبر عن طريق بعض الرسل حيث يضيق المحيط، أو بالمناداة.. ومن طرائق نقل الخبر، أن الخبر كان يدون على الحجر، ويودع الحجر في أكثر من معبد حيث يرتاد الناس للعبادة من كل حدب وصوب، وبواسطتهم يشاع الخبر.

في العصور الوسطى في أوربا كان البابا يسجل أحداث العام على سبورة بيضاء، ثم استعاض عنها بعد توسع محيط نفوذه بنشرات على ورق حيث أخذت طابعا دوريا، حل محل الحوليات، واستمر استخدام الرسائل على هذه الشاكلة طوال القرون الوسطى، لخدمة التجار وتسهيل عملية التجارة، وكانت فينا هي المركز لهكذا رسائل

وتعد هذه الرسائل والخطابات المظاهر الأولى للصحافة الأوربية خلال القرن الرابع عشر، حتى أن بعض الناس امتهنوا حرفة الكتابة، وربما عمد أحد الأثرياء أو تاجر الأخبار كما يسمى على الأرجح من استئجار العبيد ممن يعرفون الكتابة، فيملي عليهم ما جمعه من أخبار، ليقوموا هم بدورهم بالبيع والتوزيع، وكانت الأخبار تتوزع ما بين أخبار سياسية وحزبية، وأخبار تجارية ومالية.

بعد مرحلة الأخبار على ورق البردي، ظهرت الكتابة على الخشب، ثم تطورت الكتابة عندما صنع من الخشب قوالب عرفت الطباعة بـ"الطباعة القالبية" وربما جاءت منها أختام اليوم، لأنها لا تختلف عنها من حيث الفكرة والمبدأ، وكان للبابليين الفضل في ابتكار هذه الطريقة، بعد اختراعهم للورق أيضا، وكانت هذه الطريقة شائعة في الصين في القرنين الخامس والسادس الميلاديين، ثم تطور حيث صنع أحدهم الحرف من فخار في القرن الحادي عشر، وفي القرن الخامس عشر اهتدى أحدهم إلى صنع حروف متفرقة، إلى أن ظهر بعد ذلك في القرن ذاته اختراع الحروف المعدنية المنفصلة في ألمانيا في القرن الخامس عشر ومخترعها هو يوحنا

جونتبرغ من مواليد مينز الألمانية عام 1400م، ويعتبره اغلبية الكتاب والمؤرخين، بأنه هو مخترع الطباعة الحقيقي وإن سبقته عدة محاولات، وقد ثبت أن أول كتاب طبع بحروف لاتينية منفصلة هو الإنجيل فيما بين اعوام 1452– – 1455م ويحمل اسم جونتبرج.

بعد نجاح فكرة الطباعة في ألمانيا انتقلت إلى أوربا بدءا من ايطاليا ثم إلى سائر الدول الأوربية مابين أعوام 1456 – 1487م انتقلت الطباعة إلى تركيا عام 1503م وتأخر انتقال الطباعة إلى روسيا مقارنة بسائر الدول الأوربية حيث عرفتها في عام 1553م.

يعد اكتشاف الطباعة انقلابا فكريا كبيرا، فبعد أن كانت الكتابة مقتصرة على الميسورين بسبب نظام النسخ المكلف الأجر، اصبحت الصحف والكتب الآن في متناول الجميع، وحركة الإصلاح الديني لمارتن لوثر مدينة في جانب كبير منها إلى ظهور الطباعة

في عام 1632 صدرت الصحيفة الفرنسية الأولى وكان اسمها الأخبار اليومية لأماكن مختلفة بعد ذلك بأشهر تبعتها لاغازيت لصاحبها نيو فراست رنودوم حوالي عام 1796 كان عدد النشرات الصادرة في باريس يتجاوز السبعين

في بريطانيا عام 1641م لكن جميع الصحف ظلت خاضعة للرقابة ما عدا الصحف في هولندا، زالت الرقابة عن الصحف البريطانية في عام 1695 م، حيث ظهرت أول صحيفة إنجليزية يومية عام 1702م وفي فرنسا عام 1777م وفي الولايات المتحدة عام1690م

وتمتعت الصحافة الأمريكية منذ بداياتها بحرية كبيرة نسبيا ولعبت صحفها دورا كبيرا في حرب الاستقلال الأمريكية عام 1776، ويشهد المؤرخون بأنها الدولة الوحيدة في العالم التي لم تضطهد الصحافة

وكانت أول جريده عربيه عام 1799 وكان اسمها الحوادث اليومية وكان ظهور أول جريدة عربية في شمال افريقيا في علم 1847 وهي المبشر.

شهدت الصحافة في القرن التاسع عشر تطورا كبيرا بسبب المستحدثات التكنولوجية.. وفي حيلة لا تخلو من طرافة عمد أحد الصحفيين في عام 1837م إلى تنظيم أسراب من حمام الزاجل فاق عددها على خمسمائة حمامة لنقل الرسائل بين مختلف المدن الأمريكية، ومن الطريف كان قد أعد لهذا الغرض مهبط على أسطح مبنى صحيفة نيويورك صن، ثم كان اختراع التلغراف عام 1837م وكان له التأثير البالغ لإيقاظ الجماهير، وجعلها أكثر اهتماما بالمسائل العامة، وبات ترى الأسلاك تمتد بين سائر المدن وارتبطت فرنسا بانجلترا تلغرافيا. إن أول برقية أذيعت بواسطة التلغراف رسالة تهنئة من الملكة فيكتوريا إلى الرئيس الأمريكي بوكنان الذي لم يصدق في البدء، ثم جاء اختراع بيل التليفون في عام 1875م بمثابة دفعة قوية نحو الأمام، وقفزة رائعة للفن الصحفي رغم استخدامه بطريقة بدائية في أول الأمر وتبع ذلك اختراع صمام الراديو في تطوير أجهزة الإرسال اللاسلكية بيد أن نشوب الحرب العالمية الأولى كان سببا في تلكؤ وتعطيل تقدم الإذاعة إلى حين

❖ أنواع الصحف:

يمكن تقسيم الصحف إلى عدة أنواع تميز كل صحيفة سواء كانت جريدة أم مجلة وفقا لعدد من المعايير هي:

- معيار دورية الصدور:

وهذا التقسيم يميز بين الصحف حسب دورية الصدور أي وقت صدور كل عدد والعدد التالي له، وعلى أساسه يمكن تقسيم الصحف إلى:

أ. الصحف اليومية: هي التي تصدر بصفة دورية يوميًا، وبعض هذه الصحف تصدر صباحية أي تصدر في الصباح، وبعضها مسائية وتتميز بان أكثر

أخبارها تنتمي إلى أخبار المتابعة أو أخبار الاستكمال حيث تتابع وتستكمل ما سبق أن تشر بالصحف الصباحية، أو التي لم تتمكن الصحف الصباحية من الحصول عليها.

ب. الصحف الأسبوعية.

ج. الصحف نصف الشهرية.

د. الصحف الشهرية.

ه. الصحف ربع السنوية أو الفصلية، وتصدر كل ثلاثة شهور، وهي غالبًا تصدر عن جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية لأنها تهتم بالبحوث والدراسات.

و. والجرائد تصدر غالبًا بصفة دورية أو على الأكثر أسبوعيا في حين أن المجلة تصدر في دورية لا تقل عن أسبوع.

- معيار التغطية الجغرافية:

ويقصد بها مدى وصول الصحيفة إلى القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع ليشمل عدة دول وعلى هذا تنقسم الصحف إلى:

أ. الصحف المحلية: وهي التي تصدر ليغطي توزيعها محافظة أو منطقة معينة.

ب. الصحف القومية: وهي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء لإقليم أو محافظة معينة، وتهتم بتغطية الأخبار التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم بالأخبار العالمية والدولية، إذ أنها قد توزع خارج الدولة في دول أخرى.

ج. الصحف الدولية: هناك بعض الصحف التي تتضمن الجرائد والمجلات التي يطلق عليها صحافة دولية بمعنى أنها تعبر حدود وطنها ويتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها؛ وقد يصمم بعضها من الأساس لكي يتم قراءته في خارج الحدود مثل: الطبعات الدولية من مجلة نيويورك، ومن جريدة الأهرام المصرية، وقد يصدر في بلد ويوزع في بلدان أخرى ما.

- معيار المضمون وطبيعة الجمهور.

ويعتمد هذا المعيار على مدى عمومية أو تخصص المضمون الذي تقدمه الصحيفة (سياسي، اقتصادي، المرأة، الطفل، الأدب، الفن، رياضي...الخ) ومدى مخاطبة الصحيفة لقطاع معين من الجمهور وتركيزها على اهتماماته، وما إذا كان هذا الجمهور عام ومتنوع ومتباين وغير متجانس، أو مخاطبتها والتركيز في الاهتمام على فئات معينة ومحددة وخاصة من الجمهور كالشباب أو الأطفال أو النساء أو المهندسين أو الأطباء أو مضامين معينة، وعلى هذا تنقسم الصحف إلى:

أ. صحف عامة: وهي تجمع بين المضمون العام والمتنوع ما بين السياسة والاقتصاد والأدب والفن والرياضة وغير ذلك، وبين توجهها إلى جمهور عام وغير متجانس

ب. صحف عامة متخصصة: وهي صحف جمهورها عام وغير متجانس من حيث خصائصه وسماته ومتنوع من حيث اهتماماته واحتياجاته؛ ولكنها تركز على مضمون معين تعالجه بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهور غير متخصص في المجال الذي تتخصص فيه المجلة مثل المجلات الفنية العامة أو المجلات الرياضية العامة.

ج. صحف متخصصة: الصحف المتخصصة من حيث العمر والمضمون فهناك صحف تخاطب جمهور متخصص من حيث العمر وهناك صحف متخصصة في مضمون معين.

- معيار الملكية للصحيفة.

أ. الصحف المستقلة أو شبه المستقلة أي التي لا تعبر عن أي اتجاه سياسي معين أو تتبنى إيديولوجية بعينها أو تعبر عن حزب سياسي معين وإنما تفتح صفحاتها لكل الآراء والاتجاهات السياسية والاجتماعية ولكل أصحاب الرأي على اختلاف رؤاهم.

ب. الصحف الحزبية: وهي الصحف التي تصدر عن أحزاب معينة (حاكمة أو معارضة) لتكون لسان حال هذا الحزب تعبر عن فكره أو اتجاهه وتدافع عن مواقفه وسياساته وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا.

ج. الصحف الحكومية: هي التي تصدر عن جهة حكومية رسمية.

- معيار حجم التوزيع والسياسة التحريرية.

أ. الصحف الجماهيرية أو الشعبية: وهي ذات التوزيع الضخم وعادة ما تكون رخيصة الثمن وتركز على الموضوعات التي تهم القارئ العادي وتخاطب عواطفه بالدرجة الأولى كالجرائم والجنس والرياضة وأخبار المجتمع ونجومه والفضائح والأحداث الطريفة والغريبة والمسلية

ب. صحافة النخبة أو الصحافة المحافظة: وهي صحف تتحرى الدقة والموضوعية وتميل إلى الاتزان في معالجتها للأخبار والموضوعات وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الجادة وتوزيعها أقل، ولكن مستوى مادتها أعمق وتهتم بالأحداث الدولية والاقتصادية والسياسية، ولا تنشر الفضائح إلا في أضيق نطاق وغالبًا ما تكون مرتفعة الثمن نسبيا، غير أنه ورغم توزيعها أقل من الصحف الجماهيرية إلا أن تأثيرها أكبر غالباً نظراً لأنها تتوجه إلى الصفوة وتخاطب عقولهم

ج. الصحف المعتدلة: التي تجمع بين التوجه إلى الجماهير العريضة والمضمون المتوازن الذي يغطي كل اهتمامات فئات المجتمع بشكل متوازن من الناحية الصحفية، ويرتبط بما سبق ما يطلق عليه شخصية الصحيفة التي هي المدخل لفهم سياستها التحريرية.

- **معيار الشكل الفني للصحيفة:**

تنقسم الصحف في إطار هذا المعيار إلى:

أ. الجرائد والمجلات، وتتفق كل من الجريدة والمجلة في أنهما يصدران دوريًا أو في مواعيد منتظمة، إلا أن هناك مجموعة اختلافات بينهما من حيث:

- الشكل والحجم الذي تصدر به الجريدة وتصدر به المجلة، فالجريدة عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف، تأخذ إما الحجم الكبير Standard أو الحجم النصفي Tabloid وهناك حجم وسط غير شائع الاستخدام مثل حجم صحيفة Lemonde الفرنسية، نجد أن المجلة تصدر في عدد أكبر من الصفحات ذات غلاف يضم هذه الصفحات وتتنوع أحجامها بين الحجم الكبير أو الحجم المتوسط أو الحجم الصغير (حجم الجيب).
- دورية الصدور، فالجريدة لا تزيد دورية صدورها عن أسبوع أما المجلة فلا تقل دورية صدورها عن أسبوع، و تستخدم كلتاهما الأشكال الصحفية المختلفة وإن كانت الجرائد تركز غالبًا على ماذا حدث، أما المجلة فتركز على لماذا حدث وكيف؟ أي أن المجلة تميل إلى مزيد من العمق في معالجتها الصحفية. و تسمح دورية الصدور الأطول نسبيًا في المجلة بإعطاء مزيد من العناية والاهتمام فيها للصور والألوان وتجويد عملية إنتاجها واستخدام أنواع من الورق أكثر جودة من الذي تستخدمه الجرائد.

- **المعيار الاقتصادي:**

أ. الصحف المجانية: هي الصحف التي توزع بشكل مجاني وتأخذ مضامين شاملة ومصدر إيراداتها من الإعلان.

ب. الصحف المدفوعة أو الربحية: توزع برسوم معينة ومصدر إيراداتها من التوزيع والإعلان

- معيار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة:

حيث لم تعد الصحافة تعتمد فقط على الورق المطبوع التقليدي في نقل محتوياتها إلى القراء وعلى ذلك نجد الآن أكثر من وسيط لنقل الصحيفة:

أ. الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية،

ب. الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة التي تتخذ وسائط إلكترونية وتعتمد أساسا على الحاسبات الإلكترونية في عملية الإرسال والاستقبال وهذه الصحافة الإلكترونية تتخذ أكثر من شكل على النحو التالي:

- الصحافة الإلكترونية الفورية التي يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات، وخدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجانا مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الانترنت ولها أصل ورقي أو الصحيفة الالكترونية التي ليس لها أصل ورقي، أو موقع إخباري أو موقع لمؤسسة إعلامية وتتميز الصحافة الفورية بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات.
- الصحافة الإليكترونية غير الفورية التي توجد أعدادها على وسائط إليكترونية مثل الأقراص الضوئي أو الدسكات المرنة.

الوحدة الثانية

مفهوم الاتصال وتطور البنية الأساسية للاتصال ووسائل الإعلام

الوحدة الثانية

مفهوم الاتصال وتطور البنية الأساسية للاتصال ووسائل الإعلام

❖ تطور الاتصال وأنواعه:

يعتبر موضوع الاتصال بمفهومه الواسع والشامل نقطة الانطلاق الرئيسية لفهم أفضل لوظيفة الإعلام في المجتمع ومن هنا فإن الحديث عن هذه العلاقة بين الاتصال الكلي والاتصال الجزئي – الإعلامي – مدخلا ضروريا لدراسة إعلامية يمكن أن تؤسس لتطبيقات إعلاميه عمليه ومنهجيه تساعد الدارسين الجدد في الوصول إلى الأسلوب الأمثل لعمل إعلامي أفضل.

❖ مفهوم الاتصال:

يعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، وإذا سئل أي إنسان عن النشاطات التي يقوم بها يوميا فإن إجابته ستكون في كل الأحوال وأيا كانت مكانته وأيا كانت ظروفه الصحية والمادية تدور حول استقبال اتصال أو إرسال اتصال بالكلام أو المشاهدة أو الاستماع أو القراءة أو الكتابة أو الإشارة، وكلها نشاطات اتصاليه بين طرفين، بين الفرد والآخرين من المحيطين به، أو بينه وبين ذاته، أو بينه وبين الوسائل السمعية والبصرية والمقروئه

يقول الباحث الإعلامي "جورج لند برج": إن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عادة حركات أو صور أو لغة أو اي شيمنبه للسلوك.

الباحث المصري محمود عوده يعرف الاتصال بأنه "العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس في نسق اجتماعي صغيرا كان أم كبير.

وهكذا يمثل الاتصال العملية الرئيسية التي تحمل بداخلها عمليات فرعيه وأوجه نشاط متنوعة، وهو تفاعل بالرموز اللفظية وغير اللفظية، الشخصية وغير الشخصية، بين طرفين: أحدهما مرسل والثاني مستقبل ينشأ عنه تفاعل وردود فعل ايجابية كانت أم سلبيه.

تبدأ العملية الاتصالية بالمرسل وتنتهي بالمستقبل، وما بين الشخص المرسل والشخص المستقبل تكون هناك رسالة تحتوي على مضمون أو منطوق المرسل، والذي ينقل رسالته هذه عبر وسيله يمكن أن تصل إلى المستقبل، حيث تتعدد الوسائل وتتنوع ما بين اللفظي وغير اللفظي وما بين الشخصي وغير الشخصي وما بين المباشر وغير المباشر.

في كل الأحوال فان عناصر الاتصال الأساسية أربعه هي:

1. المرسل.
2. المستقبل.
3. الرسالة.
4. الوسيلة.

يقسم العلماء والمختصون عناصر الاتصال إلى نموذجين وهما:

1) **النموذج أحادي الاتجاه:**

- نموذج أرسطو الذي يحدد عناصر الاتصال بثلاثة عناصر هي:

أ. المرسل.

ب. الرسالة.

ج. المستقبل.

- ديفيد برلو فيقول أنها أربعه وهي.

أ. المرسل.

ب. الرسالة.

ج. الوسيلة.

د. المتلقي.

- هارولد لازويل يقسم عناصر الاتصال إلى خمسة عناصر و هي العناصر التي تجيب على خمسة أسئلة تتضمن:

1. من؟ المرسل
2. ماذا يقول؟ الرسالة
3. بأية طريقه؟ الوسيلة
4. لمن؟ المستقبل
5. بأي تأثير؟ رجع الصدى أو النتيجة.

- شانون و ويفر، قياس النتيجة بالهدف المراد الوصول إليه من العملية الاتصالية، وتحديد نجاح الاتصال بمدى ما حققته من أهداف موضوعة للشخص، أو لأي جهة اعتبارية لها أهدافها المحددة والمرصودة صغيرة أو كبيرة وفي النماذج التفاعلية الثنائية الاتجاه والتي أصبحت ذات أهمية كبيرة في مجتمع العولمة والانترنت والصحافة الإليكترونية والديمقراطية الواسعة الانتشار والنظام العالمي ذو القوة الواحدة هي التي ترصد ردود الفعل أولاً بأول وتقيم خططها الاتصالية بالتعديل سلباً أو إيجاباً حسب قياس رجع الصدى للخطة الاتصالية والتي تبدو أكثر أهمية في حالة الاتصال الجماهيري الإعلامي (راديو وصحافه إلكترونية وورقيه وتليفزيون) وهنا تبدو مكونات الاتصال ذات مقاييس نهارية لدى المرسل وذات علاقة بالنظام الاجتماعي والثقافي الذي يكون داخله جمهور المستقبلين للرسالة عبر الوسائل الإعلامية الجماهيرية وغير الاعلامية ومدى فعالية هذه الوسائل في

توصيل الرسالة ودراسة أسباب القصور والفشل لتعديل مسار الرسالة وتغيير الوسيلة المستخدمة وصولا إلى تحقيق الأهداف المنشودة، لدى المرسل، فردا، أو جماعه، حزبا، أو حكومة، دولة أو نظام، وهو ما يمكن إن تتضح خطوطه عند الإبحار في الحديث عن أنواع الاتصال، وهو ما سوف نتطرق إليه في دراستنا عن التطور التاريخي للاتصال، بإذن الله.

❖ الاتصال وتطور البشرية:

أولا: عصر الإشارات والاتصال الغير لفظي

مارس الإنسان البدائي، الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات مثل: الزمجرة، والهمهمة، والدمدمة، والصراخ، إضافة إلى استخدام الإشارات، بالأيدي والأرجل، فكان التفاهم صعبا وبطيئا، أدى إلى تخلف البشرية آلاف السنين، نظرا لضعف القدرة البشرية على التعبير عن ذاتها، فضلا عن أفكارها.

من المحتمل أنّ الإنسان الأول قد تفاهم مع الآخرين بالأصوات والإيحاء قبل استعمال الكلمات الحقيقية. ولا يُعرف كيف بدأ التخاطب البشري، وهذا أمر اختلف العلماء فيه منذ القدم ودارت آراؤهم فيه حول أربعة محاور: الأول أن اللغة توقيف من الله والثاني أنها إلهام والثالث أنها اصطلاح والرابع أنها محاكاة للأصوات كما لخصه ابن جني وغيره.



الشكل (1 – 2) الرسم على الصخور، استعملها إنسان ما قبل التاريخ لتصوير حياته

وعلى كل حال فقد تبادل الناس المعلومات في المقام الأول مشافهة. كانت الرسائل الشفهية ينقلها عداءون لمسافات طويلة. واستخدم الناس قرع الطبول، وإشعال النار، وإشارات الدخان للاتصال بالآخرين الذين يفهمون الرموز المستخدمة. كانت الصور والرسوم هي الخطوات الأولى نحو اللغة المكتوبة. وقد بدأ الفنانون قبل التاريخ استخدام سلسلة من الصور لحكاية قصة؛ كتاريخ رحلة صيد ممتعة أو عاصفة عنيفة. وبالتدريج طوّر الناس نظاماً من الصور الصغيرة التي ترمز للأشياء والأفكار الأكثر شيوعاً. ويُعرف هذا النظام بالكتابة بالصور وقد طور السومريون الذين عاشوا في بلاد الرافدين أول نظام للكتابة بالصور حوالي سنة 3500ق.م.

وقد استخدمت الكتابة بالصور بكفاءة في الأشياء المألوفة، ولكن الناس واجهوا صعوبة في كتابة الكلمات الجديدة، أو غير المألوفة؛ وبالتدريج تعلموا أن

يجعلوا كل رمز يُمثل صوتًا بدلاً من شيء أو فكرة؛ ونتيجة لذلك أمكن لهم أن يكتبوا أية كلمة في اللغة المنطوقة.

وقد جاءت الكتابة في المرتبة الثانية، بعد التخاطب مباشرةً، بين أهم الاختراعات الأولى الخاصة بالاتصالات. وقد مكّنت الناس من تبادل الرسائل عبر المسافات الطويلة، دون الاعتماد على ذاكرة المُرسَل إليه. كما أمكن أيضًا الاحتفاظ بالمعلومات لاستخدامها في وقت لاحق. وباختراع الكتابة انتهى عصر ما قبل التاريخ، وبدأت حقبة التاريخ المكتوب.

مرت البشرية منذ بدء الخليقة، بمراحل تطور بالغة الأهمية، تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر، من عصرا لرموز والعلامات والإشارات، إلى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية، قبل أن يعرف العالم الطباعة ويدخل منها إلى عصر الاتصال الجماهيري بدئا بالصحافة الورقية، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التي عرفت في بدايات القرن العشرين، مع اكتشاف السينما، وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية، تمهيدا للوصول بالعالم إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، من خلال الانترنت، والصحافة الاليكترونية.

ثانيا: عصر التخاطب والاتصال اللفظي

الحاجة للبقاء دفعت الإنسان للتعلم، شيئاً فشيئاً، وهو ينتقل ببطء تدريجي من العصر الحجري لآلاف السنين، إلى عصر الحياة المستقرة والإقامة الدائمة في جماعات تزايدت أعدادها مع مرور الزمان، وبدأت تصنع لنفسها لغة تخاطب منطوقة، ويذكر المؤرخون، أن منطقة الشام والعراق، شهدت حضارات قديمه، قبل سبعة آلاف سنه من ميلاد المسيح عليه السلام، عرفت الزراعة وتربية الحيوانات، وكانت لها لغة تخاطب ساعدت على تأقلم الناس مع بعضهم ودفعتهم لحل نزاعاتهم الشخصية والتفرغ لبناء حضارة إنسانيه، لا يمكن لها أن تقوم دون لغة، وكانت الرموز التصويرية، من خلال صور ورسومات بدائيه، يتم حفرها على الحجارة، هي الخطوة الأولى في تعلم النطق والكتابة.

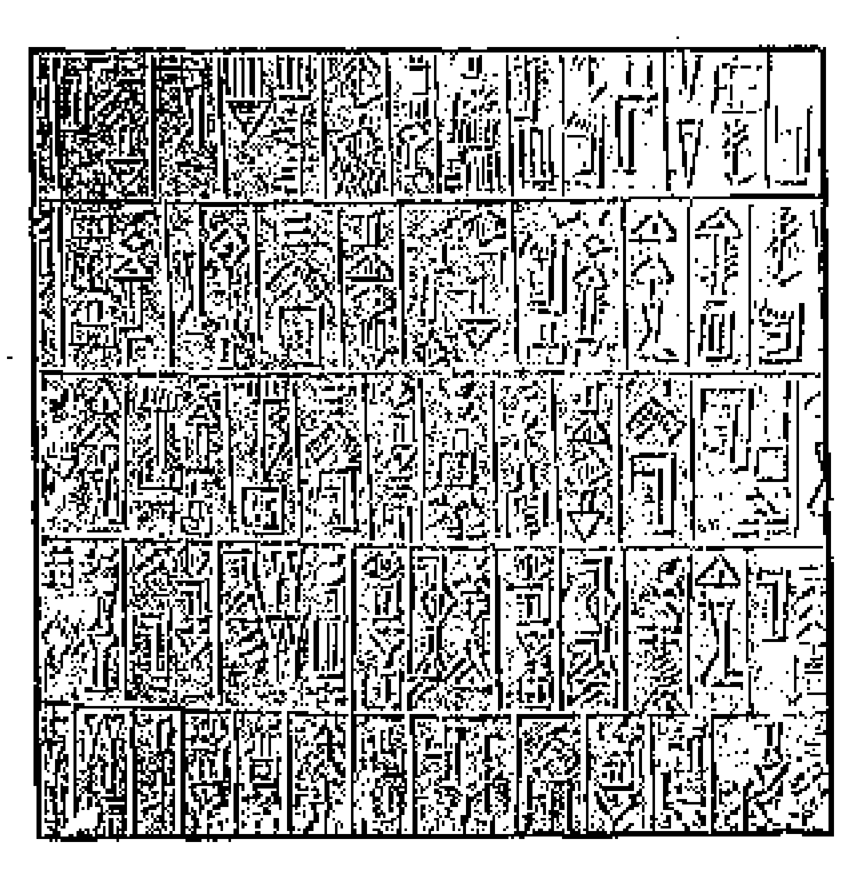
ثالثاً: عصر الكتابة والاتصال الغير شخصي

بدأت الكتابة بعد فترة من استقرار المجتمعات الزراعية، حين بدأت الحاجة لتسجيل الأراضي والأملاك، وطور المصريون القدماء نظاما لتحديد الأيام والشهور والسنوات، ليواجهوا أوقات الفيضانات في مواعيدها، كما استخدموا قبل خمسة آلاف سنه من الميلاد الكتابة التصويرية في الكتابة على المعابد والمقابر وفي تسجيل الأحداث الهامة، عن طريق حفرها على الحجارة، وكان كل رمز أو رسم يعني فكرة معينه، مما يتطلب من الكاتب والقاري، حفظ عدد هائل من تلك النماذج الرمزية، وكانت الكتابة خلال تلك الأزمنة الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة. وقد استأجر رجال الأعمال والأثرياء وسطاء محترفين، نقلوا الرسائل سيرًا على الأقدام، أو على ظهور الخيل، أو عن طريق السفن. كما استخدم القادة العسكريون الحمام الزاجل لنقل الرسائل.

ثم طور السومريون العراقيون الكتابة بالرموز الصوتية ثم استغرق الأمر عدة قرون اخرى لظهور الكتابة الألف بائيه في بلاد الإغريق عام 700قبل الميلاد، وتعتمد على استخدام الحروف للتعبير عن المنطوق الصوتي، وكان أهم انجاز بشري، ظهر من خلاله الأبجديات اللغوية لشعوب العالم، فأصبح لدينا 28 حرف للغة العربية، و 26 حرف للغة الانجليزية، فكل شعب له لغته الخاصة التي تعلمها وأتقنها، كما يتعلم الطفل الصغير النطق من أمه وأبيه، فهناك الايطالية والفرنسية والعبرية واللاتينية ...الخ.

وفي حوالي عام 500ق.م، طوّر الإغريق القدماء طريقةً سريعة لإرسال الرسائل من مدينة لأخرى على مجموعة من الجدران اللبنية. وقد كانت المسافة بين هذه الجدران قريبة، بحيث كان كل منها يمكن رؤيته من الجدار المجاور له. وقد مثلت الفجوات، خلال أعلى كل سور، حروف الهجاء. ويقوم الشخص بإشعال النار في الأماكن المناسبة على الجدار لإرسال رسالة. ويرى المراقب على الجدار المجاور النيران وينقل الرسالة. ويُسَمّى هذا النظام من الاتصالات بالبرق المرئي.

وقد حصل الرومان القدامى على الأخبار من صحيفة مكتوبة باليد تُسمّى الأحداث اليومية (الأكتا ديورنا)، وكان يصدر بعض النسخ من الصحيفة كل يوم ويلصق في الأماكن العامة.



الشكل (2 – 2) الكتابة المسمارية، ظهرت في القرن السادس قبل الميلاد، تتكون من حروف مسمارية منقوشة على الطين أو الصلصال

❖ لمحة عن تطور الطباعة.

ظهرت الطباعة بطبع الكلمات والصور والتصميمات فوق الورق أو النسيج أو المعادن أو أي مواد أخرى ملائمة للطبع فوقها، وتتم بنسخ صور بطريقة ميكانيكية من خلال الطبع من سطح بارز، فكان يتم قديما الختم بالحجر وهذا يعتبر أقدم طرق الطباعة التي عرفت لدى البابليين والسومريين والإيبلاويين والأوغاريتيين والأكاديين والحضارات في سوريا القديمة وبلاد ما بين النهرين، وكان يستعمل للاستغناء عن التوقيع على المستندات والوثائق والمعاهدات أو كرمز ديني، وكانت الوسيلة الأولى أختام يبصم بها فوق الطين أو حجر يخدش أو ينقش سطحه كذلك كان حجرة دائرية تغمس في الصبغة السائلة أو الطين ليطبع بها فوق سطح ناعم ومستوي، لطبع ما كتب عليها كصورة متطابقة عكسيا ومقابلة كما في حضارات الجزيرة السورية، وتم استعمال الأختام الطينية المنقوشة بتصميم

بسيط، منذ سنة 5000 ق م، وكانت تطبع على الأبواب المخصصة لحيازة وحفظ السلع، واختلفت أشكالها كتلك التي وجدت مغطاة بنقوش الحيوانات أو بأشكال أو أسماء ملكية.

وبين سنتي 2000 و 1800 ق م ازدهرت التجارة بين بلاد الرافدين والهند عبر الخليج، وكان من بين أهم التجارات أختام العلامات الدائرية التي عرفت بالأختام الفارسية الممهرة

وهناك خلاف تاريخي حول من استعمل الطباعة لأول مرة بشكل واسع هل هم العرب أم الصينيين، وترجع بعض الوثائق المطبوعة المكتشفة في "جنيزة القاهرة" إلى القرن الثامن الميلادي نفس القرن الذي ظهرت به الطباعة في الصين، ووصلت صناعته إلى بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد، ثم انتشر الورق في أوربا بعد فتح العرب للأندلس، واستمرت الطباعة في الدولة الفاطمية خصوصا لطباعة الأحراز والأذكار.

وبعد قرون قليله اكتشف الألماني جوتبرج، طريقه لخلط الرصاص بمعادن أخرى لعمل السباتك، طورها لطباعة الأحرف مستخدما اله ضخمه لعصر النبيذ كمطبعه، نجح في تشغيلها عام 1436م ومع بداية القرن16، بدأت الصحافة الورقية المطبوعة تنتشر في أمريكا وانجلترا ومستعمراتها معلنة ميلاد الصحافة الجماهيرية.



الشكل (3– 2) طابعة يدوية استعملت في ألمانيا سنة 1811

منعت السلطات العثمانية الطباعة بالحروف العربيه لاعتبارها حروفا مقدسة، ولكنها في بدايات القرن السابع عشر سمحت بها مرة أخرى، هذا ويذكر المؤرخون بأن أول مطبعة عربية أنشأت في التاريخ الحديث قد أنشأت على يد الموارنة في لبنان سنة 1610ميلادية وهي مطبعة دير قزحيا جموب مدينة طرابلس وكانت تستعمل الحروف السريانية والعربية بينما استعملت مطبعة دير مار يوحنا الصابغ التي أنشأت في الشوير في لبنان عام 1733 ميلادية الروف العلابية وكان مؤسسها هو عبد الله زاخر أصله من حماه بسوريا.

رابعا: عصر الإعلام والاتصال الجماهيري

شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن العشرين، وكان من أسبابه الثورة الصناعية في العالم المتقدم والتي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة ن كانت بحاجه إلى الاتصال الغير مباشر خارج الحدود مابين المنتجين والموزعين والمستهلكين.

واكب ذلك ظهور المخترعات الحديثة ومن أهمها:

أ. أول آلة طباعة بمحرك (طابعة غير يدوية)

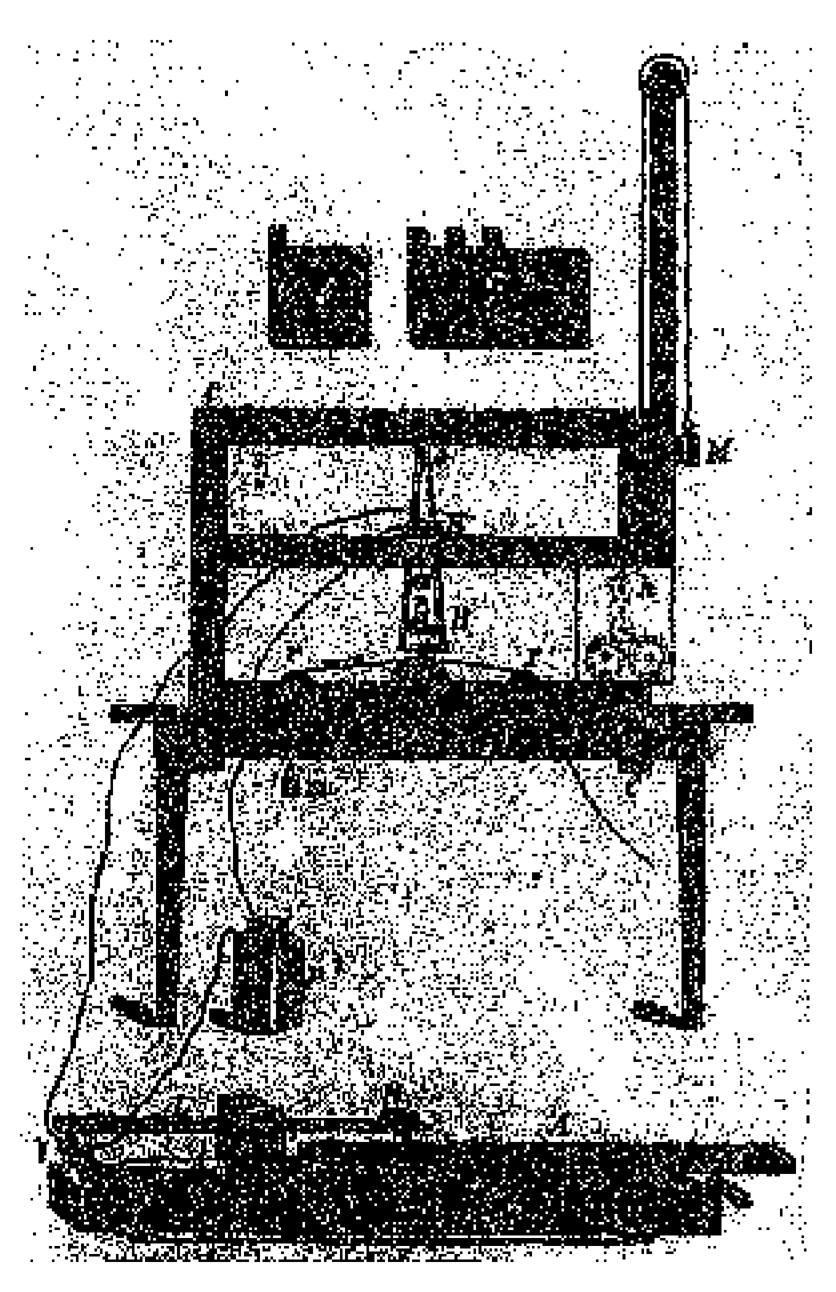
أحدث العديد من الاختراعات الجديدة ثورةً في الاتصالات. وحدث تقدمٌ مهم في الطباعة عام 1811م، عندما استخدم طابع ألماني يُدعى فريدريك كوينج محركًا بخاريًا لتزويد آلة الطباعة بالقوة المحركة. وكان على الطابعين أن يستمروا في وضع الحروف المطبعية باليد، ومع ذلك فإن عملية الطباعة نفسها أصبحت أسرع مئات المرات. واستخدمت جريدة التايمز اللندنية آلة طباعة كوينج لأول مرة في عام 1814م، ومكّن هذا الاختراع التايمز، وجرائد أخرى من طباعة أعداد كبيرة، بتكلفة قليلة، مما جعل بالإمكان توزيع الجرائد على نطاق واسع.

ب. التلغراف (البرق)

كانت النقلة النوعية للاتصالات السريعة مع اختراع البرق الكهربائي الذي يُرسل الرسائل عبر الأسلاك في ثوان. وقد صمم مخترعون في الدنمارك وألمانيا وبريطانيا وبلاد أخرى أجهزة برق متعددة خلال أوائل القرن التاسع عشر الميلادي. لكن كل هذه الأجهزة كان يعتريها نقطتا ضعف هما افتقارها لمصدر ثابت للكهرباء، وصعوبة استخدامها.

وخلال الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، بدأ الرسام والمخترع الأمريكي صموئيل مورس، العمل على جهاز كهربائي للبرق. وطوّر مورس وشريكه ألفرد فييل، بعد سنين من التجارب، جهازًا بسيطًا للبرق، له مصدر ثابت من التيار يُنتج بوساطة بطاريات ومغنطيس كهربائي. وكان الجهاز يُرسل رسائل على هيئة نقاط وخطوط تُسمى شفرات مورس. وقام مورس بتسجيل اختراعه في عام 1840م، ولأول مرة انتقلت الأخبار بسرعة الكهرباء. وبدأت الجرائد تقريباً في الحال في استخدام تلغراف مورس. وفي الستينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، كانت

خطوط البرق قد قامت بوصل أغلب المدن بعضها ببعض. وأصبح البرق الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة.



الشكل (4– 2) تصميم التلغراف الأصلي الذي اخترعه مورس سنة 1840

كان البرق (التلغراف) يستطيع إرسال الرسائل فقط، حيث توجد أسلاك، وفي عام 1858م، تم وضع كبل بحري للتلغراف عبر المحيط الأطلسي؛ لكن الكبل تعطل بعد بضعة أسابيع. وتم وضع أول كبل يعمل بنجاح عبر المحيط الأطلسي في عام 1866م، وكان ذلك أساساً نتيجة لجهود المليونير الأمريكي سيرس فيلد، والفيزيائي البريطاني اللورد كلفين. وقد مكّن هذا الكبل الممتد تحت الماء، من إرسال الرسائل عبر المحيط الأطلسي في دقائق.

ج. التصوير:

زداد تطور الاتصالات باختراع التصوير، وقد أسهم العديد من العلماء الأمريكيين والبريطانيين والفرنسيين في تطويره، بحيث لا يمكن أن يُعتبر شخص واحد مخترع التصوير. وفي عام 1826م، صنع عالم الفيزياء الفرنسي، جوزيف نيسفور نيبس، أول صورة ثابتة. وتعتمد طريقة نيبس التي تُسمى الهليوجراف على تعريض صفيحة فلزية للضوء لمدة ثماني ساعات تقريبًا. ونتيجة لذلك، فقد أمكنه فقط تصوير الأشياء الثابتة كالمنازل ولم يتمكن من تكوين صور للأشياء المتحركة.

وقد عمل الرسام الفرنسي لوي جاك مانديه داجيير، شريكًا لنيبس لعدة سنوات، وفي الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، طوّر داجيير نوعًا مُحسنًا من الصور الضوئية سُمي الصورة الداجيرية. تحتاج الصورة الداجيرية إلى عدة دقائق فقط للتعريض للضوء. وفي الوقت نفسه تقريبًا، اكتشف المخترع البريطاني وليم هنري فوكس تالبوت طريقة للتصوير باستخدام ورق سالب (نيجاتيف) بدلاً من الصفيحة الفلزية. ولكن اختراع فوكس تالبوت الذي سُمي التوليوتيب أو الكالوتيب لم يستخدم على نطاق واسع؛ لأنه أنتج صورة أقل وضوحًا من طريقة التصوير الداجيري. لكن فكرة استخدام سالب مرن، أصبحت المفتاح للتصوير الحديث. وفي الطرق الأخرى المستخدمة كان على المصور استخدام زجاج أو صفائح فلزية يجب تغييرها في كل تعريض للضوء. ولكن باستخدام طريقة تالبوت أصبح من الممكن تحريك الفيلم خلال الكاميرا واستخدامه لالتقاط سلسلة من الصور.

د. التلفون (الهاتف)

وسجل ألكسندر جراهام بل — وهو مدرس للصم أسكتلندي المولد — براءة اختراع نوع من الهاتف في عام 1876م. وقد مكّن جهاز بل من نقل الصوت البشري عبر الأسلاك. كما سجل إليشا جراي، وهو مخترع أمريكي براءة اختراع آلة مشابهة في الوقت نفسه تقريباً. ولكن أول شبكة للهاتف تم تمديدها في نيو إنجلاند عام

1878م، واستخدمت تصميم بل. وبحلول عام 1890م، كان نظام بل للهاتف يستخدم على نطاق واسع في أمريكا وأوروبا.



الشكل (5–2) صورة تظهر غراهام بل يتحدث عبر الهاتف الذي اخترعه سنة 1876

ه. الفونوغراف:

وفي عام 1877م، اكتشف المخترع الأمريكي توماس أديسون أول فونوغراف عملي، وكان يسجل الصوت على أسطوانة مغطاة بطبقة فلزية رقيقة. وبعد ذلك بنحو عشر سنوات، اكتشف إميل برلينر – وهو أمريكي من اصل ألماني – فونوغرافاً يستخدم قرصاً بدلاً من أسطوانة. ومع بداية القرن العشرين، حل فونوغراف برلينر الذي يستخدم القرص محل فونوغراف أديسون.

و. اللينوتيب

استمر الطابعون يصفون الحروف المطبعية باليد، حتى الثمانينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، كما كان جوتنبرج يفعل. ولكن في عام 1884م، سجل

أوتمار مرجنتيلر، وهو ميكانيكي ألماني بالولايات المتحدة، براءة اختراع آلة اللينوتيب. وتستخدم اللينوتيب لوحة مفاتيح لصف حروف الطباعة آليًا، دون الحاجة للصف اليدوي. وقد عجّل هذا الاختراع إنتاج الصحف والمطبوعات الأخرى.

ز. الشريط السينمائي:

وفي عام 1887م، طوّر رجل دين أمريكي يُدعى هانيبال جودوين الشريط السينمائي الذي كان متينًا ولكن في الوقت نفسه كان مرنًا. وقام جورج إيستمان، وهو مُصَنِع لمواد التصوير، بتقديم الشريط السينمائي في عام 1889م، ونجح أديسون ومخترعون آخرون، في تصوير وعرض أفلام سينمائية خلال التسعينيات من القرن التاسع عشر الميلادي. وربما كان أديسون قد استوحى تصميمه لآلة عرض الأفلام من المخترعَيْن الأمريكيين توماس أرمات وتشارلز فرانسيس جنكنز.

ح. البث الاذاعي (اللاسلكي):

العام 1896م اكتشف المخترع الايطالي ماركو ني اللاسلكي، حيث كانت المرة الأولى التي يتم فيها انتقال الصوت الى مسافات بعيده دون الحاجة إلى أسلاك، حيث أدى ذلك إلى ظهور الخدمة الاذاعيه الصوتية لأول مرة في كندا وألمانيا عام 1919م ثم في أمريكا عام 1920

ط. التلفزيون:

بدأت بعد تجارب البث الإذاعي تجارب البث التلفزيوني، وقد استفادت التجارب الأمريكية الأولى لاختراع الخدمات التليفزيونية كافة الاختراعات السابقة، وظهر أول بث تليفزيوني أمريكي عام 1941م، وكان اختراع السينما قد ذاع وانتشر، مابين العام 1895م بظهور أول فيلم صامت من إنتاج فرنسي، وحتى العام1927م بولادة السينما الناطقة، وانعقاد مهرجان هوليوود السينمائي،

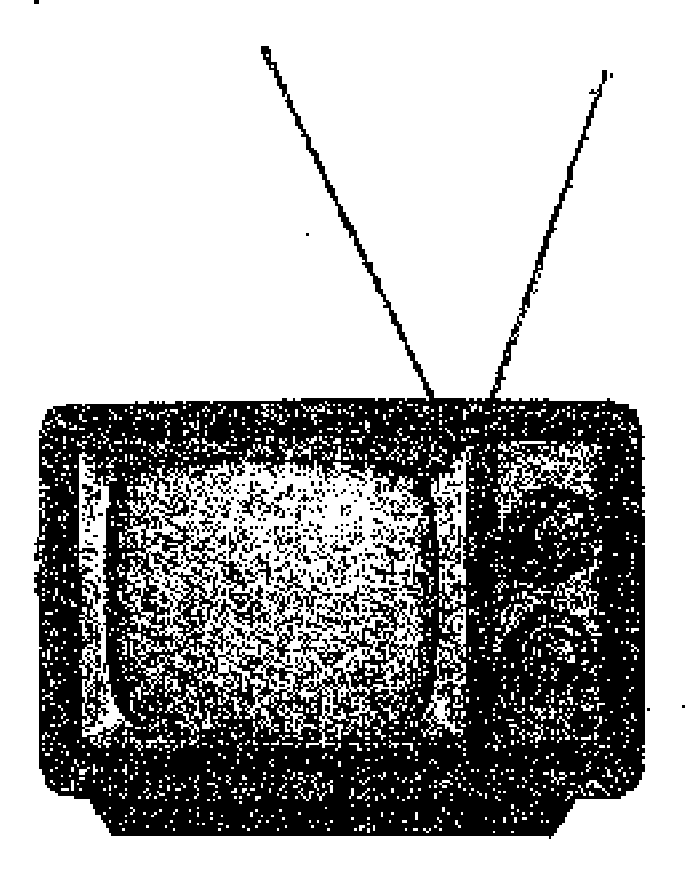
فاكتملت معادلة الاتصال الجماهيري بشقيها الثقافي والإخباري، لتعلن عن دخول البشرية عصر الاتصال الجماهيري المرئي في السينما والتلفزيون.

خامسا: العصر الحديث وعصر الانترنت، والاتصال التفاعلي

كان القرن العشرين بحق هو قرن الإعلام، وقد تتابعت فيه الاختراعات الالكترونية بسرعة مذهله، وصلت به إلى البث الفضائي التليفزيوني مستفيدة من تكنولوجيا الأقمار الصناعية التي بدأت الظهور، بإطلاق الاتحاد السوفييتي – السابق – لقمره الصناعي الأول عام1957، وتبعه تفوق أمريكي في مجال الأقمار الصناعية، التي استطاعت نقل أول بث تليفزيوني مباشر في العام 1964م، بتغطيتها لدورة طوكيو الاولمبية، إلى أن عشنا، وعلى الهواء مباشرة، الحرب الامريكيه على العراق عام 1991 وأصبح لدى العرب القمر الصناعي عربسات عام 1990، وانضم إليه القمر الصناعي المصري نايلسات منذ العام1996م، وكان الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية، وتكنولوجيا الحاسب الالكتروني، أو الكمبيوتر، هو قمة ما أنتجه العقل البشري من الاختراعات، والتي أطلقت الانترنت، والصحافة الاليكترونية، وأدخلت الانسانيه إلى عصر تفاعلي، بلا قيود وليس له حدود، في التواصل بين الناس من كل الأجناس.

- تطور البث التلفزيوني:

نتج التلفاز، كالعديد من الاختراعات الأخرى، من أبحاث وتفكير العديد من الناس، وترجع محاولة إرسال الصور عبر الفضاء إلى القرن التاسع عشر الميلادي. وتم تطوير أول نظام عامل في عام 1926م، عندما استطاع جون لوجي بيرد، وهو مهندس أسكتلندي إثبات إمكانية النقل التلفازي. وفي عام 1936م، نقلت هيئة الإذاعة البريطانية أول بث تلفازي مفتوح الدائرة (عام). وبدأت شركة الراديو الأمريكية البث المنتظم في عام 1939م، واستخدمت كاميرات تلفازية محسنة وأنابيب إلكترونية للصور المعدلة بوساطة فلاديمير كوسما زوريكين، وهو فيزيائي أمريكي، روسي المولد.



الشكل (6– 2) تلفزيون قديم

توقفت البرامج التلفازية مؤقتًا في بداية الأربعينيات من القرن العشرين الميلادي، خلال الحرب العالمية الثانية، ثم استؤنف الإرسال بعد الحرب. ومع بداية الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي؛ بدأت محطات التلفاز في الولايات المتحدة وأوروبا بث برامجها.

في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي؛ اخترع مهندس هولندي يُدعى فالديمار بولسن آلة تسجل الصوت على أسلاك حديدية. ولكن اختراع بولسن لم يحظ باهتمام يذكر. وخلال الثلاثينيات من القرن العشرين الميلادي، طوّر مهندسون ألمان مسجلات تسجل الصوت على شرائط مغنطيسية. وبخلاف تسجيل الفونوغراف، فإنّ تسجيلات الشرائط الجديدة يمكن الاستماع إليها مرة أخرى بعد تسجيلها بإرجاع الشريط. وتمكنت مسجلات الفيديو المطورة في الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي من تسجيل الصورة بالإضافة إلى الصوت على شريط مغنطيسي. في البداية كانت محطات التلفاز فقط تستخدم مسجلات الفيديوتيب، ولكن مسجلات الفيديوتيب كاسيت المطورة في السبعينيات من القرن العشرين الميلادي جعلت هذا التسجيل رخيصًا، بدرجة جعلته متاحاً للاستخدام المنزلي. ويستطيع الأشخاص توصيل مسجل الفيديوتيب كاسيت بجهاز التلفاز الخاص

بهم لتسجيل البرامج آليًا لمشاهدتها في فترة لاحقة. وفي بداية الثمانينيات من القرن العشرين، أُدخلت عدة شركات أقراص الفيديو. ويتم نقل الصور والأصوات السابق تسجيلها على أقراص الفيديو بوساطة جهاز تشغيل آلي لجهاز التلفاز المتصل به.

قامت أقمار صناعية أرضية تُسمى أقمار الاتصالات لأول مرة بنقل الرسائل بين المحطات الأرضية في عام 1960م، وقبل ذلك الوقت كانت الإشارات التلفازية تُرسل فقط بوساطة الكبل، أو إلى حيث توجد أبراج نقل لتقوية الإشارات. ومكنت الأقمار الصناعية من ترحيل الإشارات التلفازية عبر المحيطات، وكذلك تستطيع الأقمار الصناعية نقل رسائل الراديو والهاتف والاتصالات الأخرى.

- استخدام الحاسوب في الاعلام والصحافة:

خلال السبعينيات من القرن العشرين، بدأت العديد من الجرائد والمطبوعات الأخرى، في استخدام الحاسوب في التحرير، وأنظمة صف الحروف المطبعية. حيث يقوم الكاتب بكتابة المقالات على لوحة مفاتيح متصلة بالحاسوب. وبينما يقوم بالكتابة تخزن في الوقت نفسه الكلمات في الحاسوب وتعرض على شاشة عرض طرفية، ويتصل الحاسوب بدوره بجهاز يسمى آلة التجميع أو التصفيف الضوئي، وبمجرد الضغط على زر تقوم الآلة بوضع المقال على هيئة حروف مطبعية مصفوفة على شريط فونوغرافي.

- اختراع الفاكس والهواتف اللاسلكية:

في أوائل الثمانينيات من القرن العشرين، بدأ العديد من الشركات تسويق هواتف خلوية متحركة. وبموجب هذا النظام تقسم المدن إلى مقاطعات تسمى خلايا كل منها له ناقل راديو منخفض الطاقة ومستقبل. وعندما تنتقل السيارة المزودة بالهاتف من خلية إلى أخرى يقوم الحاسوب بنقل المكالمات من ناقل ومستقبل إلى آخر بدون انقطاع المكالمة. وفي أواخر الثمانينيات من القرن العشرين، بدأت

العديد من الشركات في استخدام عملية تُسمى الناسوخ (الفاكسميلي أو الفاكس) للإسراع بالاتصالات، وتقوم آلة الفاكس بإرسال واستقبال نسخ المستندات عبر أسلاك الهاتف وتستطيع إعادة نسخ كل من الكتابة والصور.

العولمة:

تغيرت الأدوار أو تداخلت بين عناصر الاتصال، وبات المرسل والمستقبل، يتبادلان الأدوار في معظم الأحوال، ويمكن لأي فرد كان توجيه رسالته في أي زمان وإلى أي مكان، وتجمعت الخدمات الاتصالية في توليفه واحده، يمكن من خلالها، مشاهدة التلفاز والسينما وكتابة الرسائل الاليكترونية، في جهاز المحمول التليفوني، ويمكن مشاهدة الأفلام السينمائية والقنوات التليفزيونية والمحطات الاذاعيه، مع مخاطبة العالم كله باستخدامات الانترنت، وجهاز الكمبيوتر، الأمر الذي جعل الكثيرين، يطلقوا على هذا الزمان، بالعولمة الكونية، وتحولت القيادة من الساسة إلى رجال الإعلام، وبات الإعلامي سياسي، والسياسي إعلامي، والاقتصاد هو اللاعب الأساسي الآن، ولم يعد هناك حرب أشباح، أو أسرار، وفي لحظات قصير تكون أخبار المشاهير من أثرياء وسياسيين أو فنانين، في متناول الجميع، من عامة الشعب أو المثقفين، ولم تعد الديكتاتورية حلا مقبولا للحكام، وبات الحديث عن الاشتراكية وهم وضياع، والكون كله يتبع قوة عظمى واحده ووحيدة، هي التي انتجت كل هذه الاختراعات، وتنادي بالفوضى الخلاقة بين الشعوب المستضعفة لتحكم سيطرتها عل العالم، بنشر قيمها، ومعتقداتها والويل والدمار لمن يعارض أمريكا صانعة عصر العولمة.

الوحدة الثالثة

الثورة الرقمية
مظاهرها ونتائجها

الوحدة الثالثة

الثورة الرقمية مظاهرها ونتائجها

عرفت البشرية في نهاية القرن الماضي، وبداية القرن الحالي، تطورا هائلا في المجالات التكنولوجية، تتصدرها الرقمنة والانترنت، مما أسس لتحولات عميقة، يعيشها العالم تبعا لتطبيقات واستعمالات هذه التكنولوجيات.

والثورة الرقمية، هي اللفظ الذي يطلق على العصر الحالي، منذ ظهور الحاسبات وأجهزة الحاسوب وغيرها من تبعات التطور التقني الحديثة، ويشمل كل الأجهزة التي تتعامل بالطرق الرقمية.

❖ أهم التطورات في تكنولوجيات الاتصال:

تطورت تكنولوجيا الاتصالات من خلال خمس ثورات أساسية، تمثلت الثورة الأولى في تطور اللغة والثورة الثانية في تدوين اللغة، وتمثلت الثورة الثالثة في اختراع الصناعة في منتصف القرن الخامس عشر، وبدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة في القرن التاسع عشر مع اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطسية والتلغراف والتصوير الضوئي والفوتوغرافي والسينما، ثم ظهور الراديو والتلفزيون في النصف الأول من القرن العشرين.

أما ثورة الاتصال الخامسة فقد أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة التفجر المعلوماتي وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه وأشكاله واستخدام الحاسب الآلي والأقمار الصناعية، ولقد أدى ذلك إلى ظهور خدمات الاتصال الحديثة وأهمها: الإنترنت، والتلفزيون الكابلي والتلفزيون منخفض القوة، والفيديو كاسيت والفيديو تكست، والتليتكست والمؤتمرات عن بعد والبريد الإلكتروني كأحد تطبيقات الإنترنت

وتعرف تكنولوجيا الاتصالات بأنها مجموعة التطبيقات التي تنشأ عن علم الإلكترونيات وتتمثل في الهاتف، التلفزيون، الأقمار الصناعية، الإنترنت وتنعكس آثارها على مجالات الحياة المختلفة الهندسية والطبية والعسكرية والمدنية والفضائية وغيرها من مجالات الحياة

شهدت أنظمة الاتصالات على امتداد تاريخها جملة من التطورات جعلتها تلعب دورا تتزايد اهميته في مختلف مجالات حياة الانسان، يوما بعد يوم، وقد أسست لهذه التطورات توجهات كبري يمكن تقديمها في أربعة محاور هامة

أ. تنامي ذكاء الشبكات.
ب. التجوال والبحث المتواصل للترفيع في السعة.
ج. تقريب الخدمات الذكية من المستعمل من خلال ضمان سهولة استعمالها، وتطوير محتواها، والتحكم في السعة.
د. تدني كلفة التجهيزات بالنسبة إلى سعتها.

- أولا: آثار الرقمنة في شبكات الاتصال

لعل أهم حدث عرفه قطاع الاتصالات وجعله يتحول من مجرد قطاع مساند لبعض الأنشطة المتفرقة الى قطاع محوري له تأثير هام على مختلف المجالات، الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، هو إدخال الرقمنة التي شملت تدريجيا مختلف أنظمة معالجة ونقل المعلومة

أ. الترميز الرقمي:

المتأمل في التقنيات الرقمية يلاحظ أن أهم العناصر التي تكمن فيها التأثيرات المباشرة على الإنسان من خلال حياته اليومية، تتمثل في الترميز الرقمي لجميع المعلومات بصفة الكترونية باعتماد القاعدة الثنائية في مجال الرياضيات،

ويمكن هذا الترميز من مسك المعلومات في جميع إشكالها ووضعها على الخط ليتقبلها الحاسوب إثناء معالجته.

ويتميز هذا الترميز بتوفير قدرة فائقة لترجمة المعلومات، في إشكالها المتعددة سواء منها المجسمة كالنصوص والصور والصوت او كذلك المجردة كالعلاقات والافتراضات، في شكل نماذج تقريبية خاضعة لإرادة الانسان من خلال معالجتها من طرف الحاسوب والتحكم فيها وتغييرها وإخراجها في إشكال ومعاني جديدة ومختلفة من أصولها وكذلك من توسيع رقعة ترويجها خاصة لدى الشرائح الاجتماعية المقصية سابقا من هذه المعالم.

ولم تقتصر التقنيات الرقمية علي ترميز المعلومة بصفة الكترونية فقط بل اجتاحت ايضا تقنيات الإرسال والاتصالات وأصبحنا ايضا نتحدث عن الإرسال الرقمي الذي مكن من تطوير قدرات شبكات الإرسال إلى درجات خالية ومن إخضاع الإرسال للمعالجة الالية. وبالتالي من تعديد الوظائف والخدمات ومن ادماج مختلف المجالات التي يشملها قطاع الاتصالات وخاصة شبكات الهاتف وشبكات تراسل المعطيات والإرسال الإذاعي والتلفزي وشبكة الانترنت وغيرها.

ب. رقمنة انظمة التراسل:

في هذا الاطار شهدت انظمة التراسل أخيرا، تطورا ملحوظا فبرزت تكنولوجيات جديدة من اهمها التكنولوجيا البصرية، ذلك أن تطوير نظرية الليزر وصناعة الالياف البصرية من جهة واكتشاف المضخمات البصرية من جهة اخرى امكن استعمال انظمة تراسل بصرية جديدة كنظام الهرم الرقمي المتزامن (SDH) الذي تصل سعته إلى 2,5 جيغابيت في الثانية أي ما يعادل ارسال 39 الف مكالمة متزامنة لكل ليف بصري واحد.

ولعل من اهم المستجدات التي شهدها قطاع الاتصالات في الفترة الأخيرة ظهور تقنية الارسال المتعدد الاطوال الموجية (WDM) وقد بلغت سرعة التدفق

بهذا النظام مؤخرا 40 جيغابيت في الثانية أي ما يقارب 625 الف مكالمة متزامنة لكل ليف بصري واحد. وتجدر الاشارة الى أن انظمة التراسل السابقة الذكر تحتوي على درجة كبيرة من الذكاء تمكن المشغل من التحكم فيها وصيانتها واستغلالها الإستغلال الامثل اذ توفرت طاقة ربط ديناميكية، كما تمنح شبكات هذه الأنظمة في شكلها الحلقي مستوي تامين مرتفع.

ج. رقمنة شبكات النفاذ:

ومن جهتها وحتي تتمكن من مواكبة التطور الحاصل في شبكات التراسل ومن الاستجابة لحاجيات المستعمل النهائي من حيث السعة، شهدت شبكات النفاذ تطورات هامة بفضل اعتماد تكنولوجيات نفاذ جديدة من اهمها تكنولوجيا DSL التي تعتمد على تقنيات ترميز جديدة هبواسطة تجهيز خط المشترك الذي يشترط أن يكون ذو جودة عالية، بجهاز محول (MODEM) تسمح تقنيات من تبادل المعطيات بسعة تصل الى حوالي 50 ميغابيت في الثانية وذلك باعتبار المسافة الفاصلة بين المشترك ومركز التحويل.

وبالرغم من حداثة استعمال تقنيات فان ظهور الشبكات متعددة الخدمات والتطورات الكبيرة التي شهدتها انظمة التراسل والتحويل، دفعت مشغلي الاتصالات الى استعمال الأنظمة البصرية في شبكات النفاذ، ويمكن لهذه الأنظمة التي وقع اعتمادها حاليا توفير 622 ميغابيت في الثانية. كما انه من المتوقع أن تدخل أنظمة الأكبر سعة حيز الاستعمال في شبكات النفاذ في المستقبل في حالة تزايد الحاجة لسعة إضافية.

وبالتوازي مع التطور الذي شهدته تكنولوجيات النفاذ المعتمدة على الكوابل، فان تقنيات النفاذ الراديوي حققت هي الأخرى نجاحات كبيرة فيما يتعلق بتطوير السعة، فإلى جانب تكنولوجيا كواحدة من أهم التكنولوجيات المستقبلية إذ تشتغل في شريط الذبذبات 2.4 – 40 جيغا هرتز وتوفر سعة تصل إلى 50 ميغابيت في الثانية في اتجاه المستعمل.

د. رقمنة انظمة التحويل:

وفي نفس الإطار وحتى لا تمثل عائقا يعرقل التطور الذي عرفته شبكات التواصل والنفاذ شهدت أنظمة التحويل تطورات هامة وعديدة. فبهدف مسايرة النسق المتزايد لسرعة تدفق المعطيات وأمام محدودية التحويل الدوري لتحقيق ذلك ظهرت طريقة تحويل الحزم التي تمكن من سرعة تدفق اكبر وتعتمد على آليات مراقبة ذات جدوى مرتفعة تضمن بدرجة كبيرة التقارب بين المعلومات المرسلة والمقبولة. وأصبح من الممكن تركيب تجهيزات لمئات الآلاف من المنخرطين.

ه. شبكات الهاتف الجوال

إلى جانب التطورات الهامة التي عرفتها شبكات الاتصال القارة فان شبكات الهاتف الجوال مرت هي الأخرى بثلاث مراحل هامة منذ ظهورها أي في أواخر الستينات، ففي الفترة الأولى التي امتدت اواخر الثمانينات ظهر الجيل الاول للهاتف الجوال الذي يعتمد على انظمة تناظرية مثل 450. اما الفترة الثانية فتميزت بظهور نظام اتصالات سابق.

ورغم هذا النجاح فإن سرعة التدفق التي توفرها انظمة تراسل المعطيات والجديدة في نظام، لم تكن كافية مما ادي الى ظهور شبكات الجيل الثالث للهاتف الجوال الذي يمثل اهم المستجدات في قطاع الاتصالات في بداية هذا القرن. ويسمح هذا النظام الذي يستعمل تقنية نفاذ تعتمد على اسناد رمز وحيد لكل مستعمل خلال كل مكالمة، من توفير سرعة تدفق تصل حاليا الى 2 ميغابيت / ث.

و. تقنيات البث الإعلامي:

اقتصرت التطورات التي شهدها قطاع البث الإعلامي في السنوات الاخيرة على تطوير اجهزة التقبل والالتقاط والتركيب واعتماد الأقمار الاصطناعية في بث البرامج التناظرية، فمنذ فترة قصيرة امتدت الرقمنة الى تجهيزات الاستقبال

واجتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هذا القطاع خاصة على مستوي الارسال الرقمي وكذلك ادخال وإدماج شبكة الانترنت وشبكات الكابل التلفزية وغيرها. فبدأنا نشهد اليوم بروز ظاهرة التلفزة التفاعلية من خلال توفير بعض الخدمات للغرض مثل خدمة تسجيل البرامج التلفزية الرقمية وخدمة الفيديو تحت الطلب، وقد بدأ استخدام اجهزة التقبل لتدمج عديد الخدمات التلفزية والخدمات ذات القيمة المضافة وخاصة منها المتعددة الوسائط الاكثر تفاعلية.

- ثانيا: ظاهرة الانترنت

يجمع جل المختصين المتابعين لمجال الاتصال في العالم على اعتبار ظهور وانتشار استعمال الانترنت من أهم التطورات التي شهدتها تكنولوجيات الاتصال خلال السنوات القليلة الماضية، وذلك لتأثيرها الكبير على هذه الشبكات، ويذهب البعض الى اعتبار الانترنت ظاهرة تضاهي في أثارها رقمنة شبكات الاتصال.

ولعل من ابرز الشواهد الدالة على الاهمية المتنامية لتاثير الانترنت على شبكات الاتصال ما تم تسجيله من تجاوز حجم المعطيات المنقولة عبر هذه الشبكات بالمقارنة مع الحركة (Trafic) الهاتفية العادية.

ولفهم هذا الانتشار السريع للانترنت لا بد من الإشارة الى الدور الكبير الذي لعبه انتشار قواعد البيانات من جهة والتطور المسجل في ميدان تقنيات التدوين اللامادي للوثائق من جهة اخرى، اذ أن ظاهرة التضخم التي بلغتها المعطيات ضمن إطار منطقي متناسق أدى إلى تطوير أدوات مسك هذه المعلومات وتوفير إمكانيات أسهل لاستغلالها، فظهرت نتيجة لذلك قواعد بيانات توفر للمستعملين اوجه متعددة للمعلومات تتماشى وحاجياتهم المرتقبة. وقد انتشرت بفضلها بنوك المعطيات في جميع المجالات وأصبحت تقدم للمستعمل خدمات ذات قيمة مضافة وعلى الخط من نوع الاعلام والارشاد والمساعدة. وقد ادى هذا الى تطوير الخدمات المسداة لفائدة المستعمل وذلك بجعلها متوفرة على الخط في كل

مكان وزمان وبأكثر شفافية مما يضفي عليه أكثر اطمئنانا وتقبلا لقرارات المصلحة ويساهم أكثر في ارساء ثقافة التسامح والتآخي بالمجتمع.

ومن ناحية اخرى لا بد أن نشير الى تطور مفهوم الوثيقة من مجرد كتاب او مجلة ثابتة ومجسمة الى وثيقة الكترونية تفاعلية تضم الى جانب الاشكال الخطية (نص، صورة،...) اشكالا حسية وحيوية منشطة ومتحركة واصبحت تعرض في اشكال طبقات فائقة بحيث يتصفحها القارئ ويبحر فيها حسب تمشي مشخص لتطلعاته ورغباته. وباعتماد التقنيات الحديثة للاتصالات هذه الوثيقة بطابع مجرد وافتراضي اختزلت فيه المسافات والزمان واصبحت تسمى بصفحات "الواب".

كل هذه التطورات شكلت اسباب مباشرة للانتشار الهائل الذي عرفته شبكة الانترنت خلال السنوات القليلة الماضية، وامام هذا الطلب المتزايد لاستعمالات الانترنت في كل مجالات الحياة شهدت هذه الشبكة بروز العديد من البروتوكولات التكميلية لتسمح باستعمال الانترنت في نقل خدمات حساسة لعامل الوقت نذكر من ضمنها الهاتف عبر الانترنت والمحاضرات عن بعد والطب عن بعد. وقد توجهت هذه المجهودات بتصميم الجيل الجديد من بروتوكول الانترنت الذي يقدم حلول الإشكاليات الضمان والحجز المسبق لقنوات الاتصال المطروحة مع الجيل الحالي لهذا البروتوكول، وفي هذا السياق لا بد من الإشارة الى الإجماع العالمي على اعتماد بروتوكول الانترنت في بناء نواة الشبكات الموحدة المستقبلية من جهة وفي شبكات الجيل الثالث للهاتف الجوال.

- ثالثا: انعكاسات تطور الاتصالات واثره على الإنسان

توجد الاتصالات حولنا في كل الأرجاء، فأغلب المدن الكبرى بها على الأقل جريدة واحدة يومية. وكثيراً ما نرى سعاة البريد يسلمون البريد. ويحتوي الهواء من حولنا على إشارات تلفازية غير مرئية، يمكن أن يلتقطها جهاز التلفاز، ويحولها إلى أصوات وصور. كما أننا نستخدم الاتصالات بطرق عديدة في المنزل، والمدرسة، والأعمال، والصناعة، وفي الشؤون العالمية.

أ) في المنزل

نستعمل أنواعًا عديدة من الاتصالات الشخصية والعامة في المنزل. فالمذياع المزوّد بساعة، قد يوقظنا في الصباح ويُعرِّفنا الوقت والطقس المتوقع، وينقل أخبار اليوم. ويسمح لنا الهاتف بالتحدث مع أشخاص قريبين أو بعيدين عنا. وقد تخبرنا مذكرة من أحد أفراد الأسرة أن صديقًا قد اتصل أو تُذكِّرنا بميعاد. تتيح الصحف أنواعاً عديدة من الاتصالات. فبعض المقالات تزودنا بالمعلومات في مجال الأخبار، وبطرق إعداد الطعام. كما تزودنا مقالات أخرى، بأنواع الفكاهة، والمتعة كالمسلسلات الهزلية، والمقالات المضحكة.

ويُشاهد ملايين الناس التلفاز للترفيه في أوقات فراغهم، إلاّ أن التلفاز يقوم بتزويد المشاهدين بفوائد أكثر من مجرد الترفيه. فيحصل أغلب الناس على جزء كبير من الأخبار عن طريق البث الإخباري التلفازي. وتُزّود الإعلانات التلفازية الناس بالمعلومات عن المنتجات والخدمات.

ب) في المدرسة

يستخدم المدرسون مجموعةً منوعةً من طرق الاتصالات، لمساعدة تلاميذهم على التعلم. فكثيرًا ما يحاضرون للفصل بكامله، أو يُوجّهون مناقشةً جماعية، وفي أوقات أُخرى يساعد المدرسون تلاميذهم بشكل فرديّ.

وتعد الكتب المدرسية المقررة، من أكثر وسائل الاتصال العامة استعمالاً في المدارس. وكذلك يستخدم المدرسون وسائل اتصال أخرى عديدة، مثل الشرائح، والملصقات، والتسجيلات الصوتية والمرئية، والأفلام. وتُطلْعُ الأفلام التعليمية الطلبة على تجارب عديدة لا يمكنهم الحصول عليها في الحياة. ويُعيد الممثلون والممثلات تجسيد الأحداث المهمة في التاريخ، كموقعة القادسية أو حياة عمر المختار. وتأخذ الأفلام الطلبة إلى عوالم بعيدة، كقاع المحيط، أو القطب الجنوبي. كما تُظْهِرُ

الرسوم المتحركة عمليات لم يكن من الممكن أن يراها التلاميذ بطريقة أخرى، مثل حركة محرك السيارة، أو مقاومة الجسم البشري الجراثيم.

ويحتوي العديد من غرف الدراسة على أجهزة تلفازية تستقبل دروسًا معدة خصيصًا عن طريق تلفاز الدائرة المغلقة. وهذا الإرسال التلفازي يُرسل عبر الأسلاك إلى عدد محدود من المشاهدين، ولا يبث على الهواء. كما يشجع المدرسون تلاميذهم على مشاهدة البثّ التلفازي، للأحداث المهمة، كإطلاق سفينة فضاء، أو خطاب يلقيه رئيس الحكومة.

ج) في الأعمال والصناعة

لكل الأعمال الكبرى تقريبًا عمال منتشرون في أكثر من مكان، مثل الموظفين الذين يعملون في المكاتب الفرعية، أو مندوبي المبيعات الذين يزورون العملاء؛ لذلك تحتاج الأعمال إلى اتصالات سريعة موثوق بها. ويتم الكثير من اتصالات الأعمال بوساطة الهاتف، أو بوساطة أجهزة تُسمى الطابعات عن بعد أو آلات الفاكسميلي التي تُرسل وتستقبل رسائل مكتوبة عبر الأسلاك. وباستخدام هذه الوسيلة للاتصالات، يمكن للمؤسسات المتعددة الفروع أن تُغير سعر أحد الأصناف في جميع فروعها في دقائق معدودة. وكان هذا الأمر – قبل أيام الاتصالات السريعة – يستغرق عدة أسابيع لإبلاغ كل فرع.

وللعديد من الأعمال دائرة اتصالات، تتكون من اثنين أو أكثر من الحواسيب، متصلة بخطوط هاتفية خاصة. وتتبادل الحواسيب، كميات ضخمة من البيانات بسرعة فائقة. وتقوم الآلات بترجمة المعلومات إلى صورة مكتوبة بوساطة طابعات عالية السرعة، أو على شاشات تُسمى شاشات عرض طرفية تحتوي على أنابيب أشعة الكاثود. وتطبع أكثر الشركات الكبرى مجلاتها الخاصة، أو جرائدها لموظفيها. وتُسمى هذه المطبوعات نشرات دورية، تزودهم بالمعلومات عن خطط الشركة، والمنتجات الجديدة وأمور أخرى. وقد تتصل الشركات الكبرى بموظفيها،

عن طريق دائرة تلفازية مغلقة، وتنتج أفلامها وشرائط التسجيل المرئية الخاصة بها بنفسها.

د) في الشؤون العالمية:

كانت الأخبار تنتقل بين الأمم ببطء، قبل عصر الاتصالات الحديثة السريعة. وقد تسبّب الوقت الطويل الذي كان يضيع حتى يتم تسلم الرسائل أحياناً في مشكلات. فقد كان من الممكن على سبيل المثال، ألاّ تقع حرب عام 1812م (بين بريطانيا والولايات المتحدة)، لو وُجد البرق أو الهاتف في ذلك الوقت. وقد بدأت الحرب جزئياً؛ لأنّ بريطانيا عرقلت حرية الملاحة الأمريكية. وقد أعلنت الولايات المتحدة الحرب على بريطانيا في 18 يونيو 1812م. وكانت بريطانيا، قبل يومين من هذا الإعلان، قد أعلنت أنها سوف تُوقف عرقلة الملاحة الأمريكية، ولكن هذا الخبر كان لابد أن يعبر المحيط الأطلسي، بوساطة السفن؛ حتى يصل إلى الولايات المتحدة، ولكنه لم يصل إلا بعد بدء القتال. وقد كان من الممكن أيضاً أن تمنع الاتصالات السريعة المعركة الرئيسية في هذه الحرب. وقد خاض الجنود هذه المعركة في نيو أورليانز في يناير 1815م، بعد 15 يوماً من توقيع معاهدة سلام في أوروبا. وقد قُتِل نحو 315 شخصًا وُجرح نحو 1,290 في هذه المعركة. ويمكن أن تؤدي الاتصالات السريعة إلى نتائج سيئة إذا لم يتم التعبير عن الرسائل بدقة. فقد أرسلت الولايات المتحدة وحلفاؤها في عام 1945م، قرب نهاية الحرب العالمية الثانية، رسائل بالراديو إلى اليابان، تُحذر بأن اليابانيين سيواجهون تدميراً عاجلاً ومطلقاً إذا لم يستسلموا. وقد كان المسؤولون اليابانيون ينوون أن يردوا بأنهم سوف يؤجلون التعليق؛ لأنهم يحتاجون لوقت أطول لدراسة الرسالة. وبدلاً من هذا، فقد ردّوا بكلمة تعني، أنهم سوف يتجاهلون التحذير — ولو كانوا قد اختاروا ردًا آخر، فلربما حال ذلك دون إسقاط الولايات المتحدة، قنابل ذرية على المدينتين اليابانيتين هيروشيما وناجازاكي. وقد مات أو فُقد نحو 132,000 رجل وامرأة وطفل بعد الانفجارين، ويعتقد البعض أن ما حدث كان نتيجةً لفشل في الاتصالات.

ه) الشؤون الاقتصادية:

ما انفكت الاقتصاديات العالمية منذ العشرية الماضية وتحت تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال تخوض تحولات عميقة غير متناهية ومناهضة احيانا للقواعد الأساسية لنمط الاقتصاد التقليدي. وقد تعددت المصطلحات للتعريف بهذه التحولات فسمي بالاقتصاد الاتصالاتي او الاقتصاد اللامادي او الاقتصاد الرقمي او الاقتصاد المعرفي وصلا الى تعريف موحد يسمي بالاقتصاد الجديد. ويمثل ما كان إنتاج الخيرات من مواد فلاحية وصناعية محركا للاقتصاد خلال الثورة الصناعية فان صناعة المعلومة وتنمية قطاع الخدمات المستهلك لها اصبحت المحرك الأساسي لاقتصاد اليوم.

و) الشؤون الاجتماعية:

على المستوى الاجتماعي والثقافي فقد ساهمت تكنولوجيات الاتصال والمعلومات من خلال توفير عدد كبير من قواعد البيانات وبنوك المعطيات عبر العديد من شبكات الاتصال. وخاصة منها الانترنت بفضل تطور تقنيات الواب، في الانفتاح على الثقافات الخارجية من جهة والتعريف بالثقافة المحلية من جهة اخرى مما ساهم في التعريف بالخاصيات الثقافية والحضارية لمختلف البلدان وإشعاع المتاحف والمعارض الوطنية.

يقول الناس كثيراً إن الاتصالات، قد جعلت العالم أصغر. فقد كان العالم يبدو هائلاً، عندما كانت الرسائل في أوروبا تصل إلى أمريكا بعد رحلة في المحيط تستغرق أسابيع عديدة. والآن يستطيع الراديو، أن ينقل الصوت البشري حول العالم في جزء من الثانية، وبالسرعة نفسها تقريبًا، يستطيع الفرد أن يتصل هاتفياً بشخص آخر في أي بلد تقريباً. وقد جعلت أقمار الاتصالات الصناعية البثّ التلفازي على مستوى العالم ممكناً، فيستطيع المشاهدون في منازلهم أن يشاهدوا أحداثًا تقع في قارة أخرى، كمراسم جائزة نوبل، أو التوقيع على معاهدة.

وبقدر ما يمكن استعمال هذه التكنولوجيات من انتفاء الحدود بحيث توفر فرص متساوية للمعرفة ولدعم ثقافة الافراد بقطع النظر عن مكان تواجدها فانها تطرح تحديات جديدة على مستوى الهوية والثقافة المحلية اذ سيقع قطعا تقبل ثقافات مختلفة خاصة عبر الشبكة وقد كان لصناعة المحتوي الاثر الكبير في بعث مهن جديدة للتدوين والتقديم والبحث والمشاركة الفعالة والتعريف بالثقافات والحضارات مما أسهم في تقلص حدة البطالة بالعديد من البلدان ومن جهة اخري فقد اسهمت تقنيات الاتصال الحديثة والبنية التحتية المتطورة في تنمية بعض الخدمات التي تمس قطاعات حساسة مثل الصحة والتعليم وذلك بفضل ظهور لتطبيقات الطب والتعليم عن بعد كل هذا ما كان ليكون لولا اعتماد تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

لقد أتاحت الثورة الرقمية التي شهدها العالم في نهاية القرن العشرين فرصة لإرساء دعائم مجتمعات واقتصاديات جديدة قادرة على محو ما خلفته الاقتصاديات الكلاسيكية من تفاوت بين الدول والشعوب، وهو ما من شانه أن يساعد الدول النامية على اللحاق بركب الدول المتقدمة شريطة أن تساير نسق التحولات التي تمليها التكنولوجيات الحديثة بالسرعة والفاعلية المطلوبتين.

❖ الفجوة الرقمية:

الفجوة الإلكترونية وتسمى أيضا الفجوة الرقمية (Digital Divide): هو مصطلح حديث ظهر في علم الحاسوب وعلوم الاجتماع في بداية الألفية الجديدة.

والفجوة الرقمية: هي الفجوة بين الذين بمقدورهم استخدام الإنترنت بسبب امتلاكهم المهارة اللازمة والقدرة المادية وبين الذين لا يستطيعون استخدام الإنترنت.

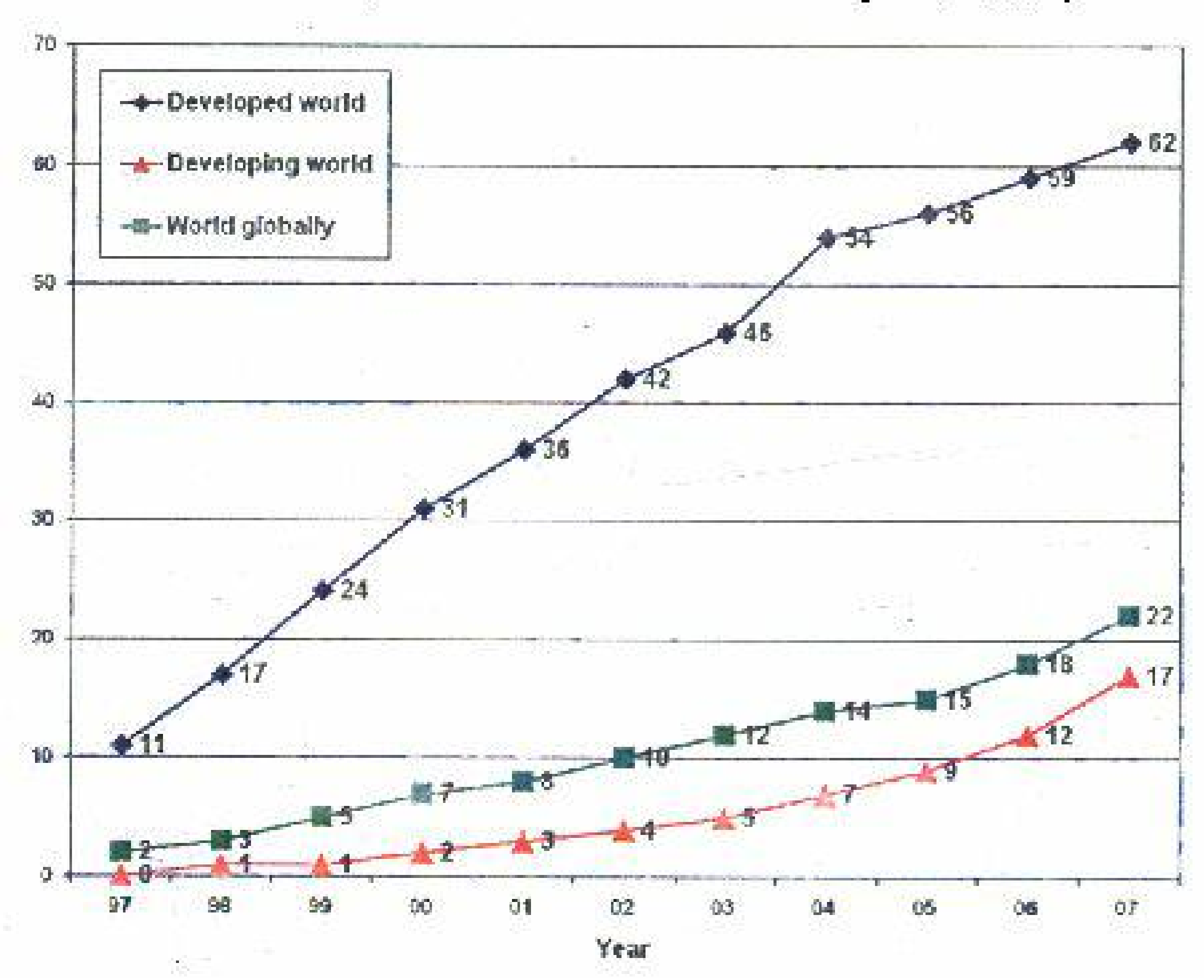
بعض الدراسات تنسب الفجوة الرقمية إلى الفجوة بين مستخدمي وسائل الاتصالات الحديثة وتقنية المعلومات بشكل عام وغير المستخدمين لهم.

ان المتابع للتطورات التي شهدها ميدان تكنولوجيات الاتصال الحديثة يلاحظ أن هذه التطورات على الرغم من الأهمية التي تكتسيها لم تشمل كل المجتمعات بصفة متوازنة ففي حين اصبحت هذه التكنولوجيات تمثل في بعض المجتمعات ضرورة ووسيلة مهمة وفعالة في تسيير امور الحياة اليومية لدرجة أن من لم يستعملها او من لا يتقنها اصبح يعد اميا، لم تتمكن عديد المجتمعات من مواكبة والانخراط في هذه الثورة وبقيت تعتبر هذه التكنولوجيات كمظهر من مظاهر الرفاهة لا يكتسي استعمالها اية جدوى او ضرورة.

ومن هنا ظهر وشاع استعمال مصطلح "الفجوة الرقمية" حيث أن ظهور المصطلح جاء مع الانتشار الواسع للتجارة إلكترونية والحكومة الإلكترونية فبدء جدل واسع بين العلماء عن وضع الناس الذين لا يستطيعوا استخدام الإنترنت وهل سيفوتهم الكثير من الفوائد والخدمات المقدمة لمستخدمي الإنترنت وهل الإنترنت ساهم بخلق فجوة في المجتمع. سواء داخل المجتمعات الغربية نفسها حيث تصل نسبة استخدام الإنترنت في الولايات المتحدة وكندا إلى حوالي 70٪ من السكان بينما لا يصل الملايين من السكان إلى الإنترنت، أو بين المجتمعات في الدول المتقدمة ونظيرتها في العالم الثالث.

من هنا تنبهت دول العالم لحجم الكارثة وسارعت لإنشاء القمة العالمية لمجتمع المعلومات WSIS التي عقدت مرحلتها الأولى في جنيف (كانون الأول 2003، وعقدت المرحلة الثانية في تونس (تشرين الثاني 2005)، وهي الدولة التي دعت لإقامة قمة مجتمع المعلومات في محاولة من الدول العربية للحفاظ على فرصتها لتكون أحد الأقطاب المعلوماتية في مجتمع المعلومات.

طالبت القمة بخلق بيئة مواتية على المستويات الحكومية والخاصة والمدنية لجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية والعربية لتثري صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الشرق الأوسط. كما ركزت على المنح التدريبية وتنمية الموارد البشرية، لأن البنية البشرية هي حجر الأساس في بناء مجتمع المعلومات.



الشكل اعداد مستخدمي الإنترنت بين عامي 1997 – 2007 لكل 100 من السكان

في الشكل الخط الأول (شكل المعين) في البلاد المتقدمة أما البلاد الناشئة الخط الاسفل (شكل المثلث) وكذلك المتوسط العالمي الخط الأوسط (شكل المربع) طبقا لإحصاء.(ITU)

❖ مظاهر الفجوة الرقمية:

ربما من اهم واخطر مظاهر الفجوة الرقمية اتساعها المتزايد يوما بعد يوما فعلى الرغم من تفاؤل بعض المحلبين ازاء ادراك بعض الدول النامية لاهمية التقنيات الحديثة للاتصال في تحقيق الازدهار الاقتصادي الا أن الفجوة الرقمية ما انفكت تشهد اتساعا متواصلا في مساحتها، وتمثل الإحصائيات خير شاهد على ذلك ففي حين كانت تمثل نسبة مستعملي الانترنت بين امريكا الشمالية وبين افريقيا 297 ضعفا في العالم 1979، اصبحت في شهر اكتوبر من عام 2000 تمثل اكثر من 540 ضعفا.

وتشير الدراسات التي تطرقت لهذا الموضوع الى وجود تباين في استعمال هذه التقنيات ولا سيما الانترنت على مستويات مختلفة: سواء كان ذلك على مستوى الجهات او الطبقات او الشركات داخل دولة واحدة او أخيرا على مستوي الأفراد داخل مجتمع واحد.

❖ أسباب الفجوة الرقمية:

يمكن تلخيص الأسباب الاجتماعية والثقافية للفجوة الرقمية بما يلي:

أ) تدنى التعليم وعدم توافر فرص التعلم:

تدنى مستوى التعليم وعدم توافر فرص التعلم من أهم الأسباب التي تنتج عنها الفجوة الرقمية.

ب) الأمية:

تعتبر الأمية من الأسباب الرئيسية المؤدية للفجوة الرقمية، فكلما ارتفعت نسبة الأمية أدى ذلك إلى اتساع الفجوة الرقمية، ومن المعلوم أن نسبة الأمية بين البالغين في عالمنا العربي تقدر ب 45 ٪ وهي أعلى من المتوسط العالمي وحتى من متوسط البلدان النامية.

ج) الدخل:

يعتبر الدخل من الأسباب المؤدية للفجوة الرقمية فالأفراد في الدول النامية دخلهم محدود بعكس الأفراد في الدول المتقدمة حيث ان انتشار تقنية المعلومات في الدول المتطورة وانخفاض تكاليف هذه التقنية وذلك بفضل تطور البنى التحتية لشبكات الاتصالات وكذلك انخفاض أسعار الأجهزة، اما الوضع في الدول النامية فيختلف كثيرا حيث أن تقنيات المعلومات ظلت عالية الكلفة كما أن البنية التحتية لشبكات الاتصالات في كثير من هذه الدول لا زالت بدائية.

وبالتالي تنشأ الفجوة الرقمية بسبب الفرق بين الدخل في الدول النامية والمتقدمة.

د) الفجوة اللغوية:

تلعب اللغة دوراً رئيسياً في اقتصاد المعرفة لذلك يعد التخلف اللغوي من الأسباب الرئيسية للفجوة الرقمية ولذلك تسعى جميع الدول حاليا إلى الاهتمام بلغتها القومية خاصة فيما يتعلق بعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموما والإنترنت بصفة خاصة.

تشير الإحصائيات الى أن 78 ٪ من المواقع على الشبكة العنكبوتية تستعمل اللغة الانجليزية كما أن 96 ٪ من المواقع التي تعني بالتجارة الالكترونية تستعمل اللغة الانجليزية. في حين ان عديد الشعوب خصوصا في الدول الفقيرة والنامية لا يجيدون غير لغتهم الأم.

ه) الجمود المجتمعي:

تتسم مجتمعات الدول النامية بضعف قابليتها للتغيير لأسباب عديدة ترجع إلى منظومة القيم والتقاليد السائدة وبالتالي فهي تجد صعوبة في تقبل أي تغييرات جديدة نظرا لتمسكها بهذه القيم والتقاليد.

و) الجمود التنظيمي والتشريعي:

من أهم أسباب الفجوة الرقمية عدم توافر البيئة التمكينية التي تتيح مشاركة متوازنة في إحداث التنمية من قبل قطاعات المجتمع الحكومي والخاص وهذا ناتج عن الجمود التنظيمي والتشريعي.

ز) غياب الثقافة العلمية التكنولوجية:

من الأسباب المؤدية للفجوة الرقمية غياب الثقافة العلمية التكنولوجية وحتى يتم التغلب على هذه الفجوة لابد من أن تكون هذه الثقافة موجودة لدى جميع شعوب الدول النامية.

❖ سد الفجوة الرقمية

إن سد الفجوة الرقمية لا يقتصر علي توفير البنية التحتية الكفيلة بضمان الربط والنفاذ الى شبكات الاتصال بما فيها الانترنت على اهميتها فحسب بل يتعدي ذلك الى ضمان العوامل الأساسية المتمثلة في:

1. توفير المحتوي الملائم لكل مجتمع بحيث يخدم مصالح افراده ويستجيب لحاجياتهم.
2. توفير الاطار التنظيمي الذي يضمن لكل شخص ينوي استعمال هذه التكنولوجيا ت، الجودة والسلامة اللازمتين.
3. التحسيس من اجل انخراط كافة مكونات المجتمع في هذه التوجهات.
4. أهمية وضع الاطر القانونية التي تضمن حقوق وواجبات كل الأطراف المعنية، مما سيساهم في تطوير ودفع استعمال الوسائل والتقنيات الحديثة للاتصالات وذلك بهدف تقليص الفجوة الرقمية.

الوحدة الرابعة

الإنترنت
(مفهومه، مراحل تطوره، وخدماته)

الوحدة الرابعة

الإنترنت (مفهومه، مراحل تطوره، وخدماته)

❖ تعريف الإنترنت:

(الإنترنت أو الإنترنات أو الأنترنات أو الأنترنيت أو الشبكة العنكبوتية (بالإنجليزية: Internet)) هي مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب المرتبطة حول العالم، والتي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبديل الحزم باتباع بروتوكول الإنترنت الموحد (IP). تقدم الإنترنت العديد من الخدمات مثل الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب)، وتقنيات التخاطب، والبريد الإلكتروني، وبرتوكولات نقل الملفات FTP. تمثل الإنترنت اليوم ظاهرة لها تأثيرها الإجتماعي والثقافي في جميع بقاع العالم، وقد أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم والتجارة وبروز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

اذا فالانترنت هو نظام ووسيلة إتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتوكول موحد هو بروتوكول إنترنت. تربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية والحكومية ومؤسسات الأعمال وتتباين في نطاقها ما بين المحلي والعالمي

وتتصل شكة الانترنت بعضها بتقنيات مختلفة، من الأسلاك النحاسية والألياف البصرية والوصلات اللاسلكية، كما تتباين تلك الشبكات في بنيتها الداخلية تقنيا وإداريا، إذ تدار كل منها بمعزل عن الأخرى لا مركزيا ولا تعتمد أيا منها في تشغيلها على الأخرى.

تحمل الإنترنت اليوم قدراً عظيماً من البيانات والخدمات، ربما كان أكثرها شيوعاً اليوم صفحات النصوص الفائقة المنشورة على الويب، كما أنها

تحمـل خـدمات وتطبيقـات أخـرى مثـل البريـد وخـدمات التخاطـب الفـوري، وبرتوكولات نقل الملفات، والاتصال الصوتي وغيرها.

ومثل الطفرات في وسائل الاتصال عبر التاريخ أضحت للإنترنت اليوم آثار اجتماعية وثقافية في جميع بقاع العالم، وقد أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم والتجارة وبروز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

❖ تعريفات اخرى للانترنت

- شبكه حاسوب عالميه ضخمه جدا، تربط بين شبكات واجهزه الحاسب في مختلف أنحاء العالم.
- خط المعلومات السريع.
- شبكة من الشبكات.

❖ مصطلح "إنترنت" (Internet):

هـو إختصـار لتعـبير network Interconnected ويعـني "الشـبكة المترابطة". ومن الجدير ملاحظة أن خطأ شائعا يتمثل في المرادفة بين مصطلحات "إنترنت" و"الشبكة العنكبوتية العالمية" (World Wide Web)، ومن هنا جاءت عبارة WWW التي نكتبها قبل كل موقع او قبل كل عنوان لصفحة ويب ما، إذ أن الأولى تعني الشبكة "الفيزيائية" المكونة من أجهزة حاسوب مرتبطة فيما بينها سلكيا (كالتي تستعمل الألياف بصرية) أو لاسلكيا (Wireless) (كالتي تستعمل الساتل)، فيما تمثل الثانية والمعروفة إختصارا بالـ"ويب" شبكة البيانات والموارد الأخرى الإفتراضية المرتبطة بوصلات (Hyperlinks) أو عناوين (URL). وبعبارة أوضح فإن الويب ليس إلا أحد الخدمات التي توفرها الإنترنت مثل البريد الألكتروني ونقل الملفات والمعلومات والتخاطب الآني.

❖ نظرة تاريخية:

ظهرت الإنترنت نتيجة لمشروع أربانت الذي أطلق عام 1969، وهو مشروع من وزارة دفاع الولايات المتحدة. أنشئ هذا المشروع من أجل مساعدة الجيش الأمريكي عبر شبكات الحاسب الآلي وربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث لاستغلال أمثل للقدرات الحسابية للحواسيب المتوفرة.

وفي الأول من يناير 1983 استبدلت وزارة دفاع الولايات المتحدة البروتوكول NCP المعمول به في الشبكة واستعاضت عنه بميثاق حزمة موافيق (بروتوكولات) الإنترنت. من الأمور التي أسهمت في نمو الشبكة هو ربط "المؤسسة الوطنية للعلوم"جامعات الولايات المتحدة الامريكية بعضها ببعض مما سهّل عملية الاتّصال بين طلبة الجامعات وتبادل الرسائل الإلكترونية والمعلومات، بدخول الجامعات إلى الشبكة، أخذت الشبكة في التوسع والتّقدم وأخد طلبة الجامعات يسهمون بمعلوماتهم وراى النور المتصفح "موزاييك"، والباحث "جوفر" و "آرشي" بل إن الشركة العملاقة "نتسكيب" هي في الأصل من جهود طلبة الجامعة قبل أن يتبنّاها العقل التجاري ويوصلها إلى ما آلت إليه فيما بعد. مهندسوا الشبكة (الإنترنت) هم أحد عوامل نجاح الشبكة حيث أن الهيئة عامة ومفتوحة للجميع. فلولا الإنترنت، ما كنت لتجلس في بيتك وتقرأ هذا المقال ولما قامت العديد من الشركات الكبرى اليوم التي تعتمد على تزويد الخدمات في شبكة الإنترنت.وهناك طور المتصفح للويب violawww، استنادا إلى ما كان يعرف باسم hypercard ولحقه متصفح ويب موزاييك. وفي عام 1993، وفي المركز الوطني لتطبيقات الحوسبة الفائقة في جامعة إلينوي تم إصدار نسخة 1،0 من موزايك (متصفح وب)، وبحلول اواخر عام 1994 كان هناك تزايد ملحوظ في اهتمام الجمهور بما كان سابقا اهتمام للاكاديمين فقط. وبحلول عام 1996 صار استخدام كلمة الشبكة قد أصبح شائعا، وبالتالي، كان ذلك سببا للخلط في استعمال كلمة إنترنت على أنها إشارة إلى الشبكة العالمية الويب.

وفي غضون ذلك، وعلى مدار العقد، زاد استخدام الإنترنت بشكل مطرد. وخلال التسعينات، كانت التقديرات تشير إلى أن الشابكة قد زاد بنسبة 100٪ سنويا، ومع فترة وجيزة من النمو الانفجاري في عامي 1996 و1997. وهذا النمو هو في كثير من الأحيان يرجع إلى عدم وجود الإدارة المركزية، مما يتيح النمو العضوي للشبكه، وكذلك بسبب الملكيه المفتوحة لموافيق (بروتوكولات) الإنترنت، التي تشجع الأشخاص والشركات على تطوير أنظمة وبيعها وهي أيضا تمنع شركة واحدة من ممارسة الكثير من السيطرة على الشبكة. بدأت شركات الاتصالات بتوفير خدمة الدخول isp على الإنترنت بواسطة الشبكة الهاتفية عام (1995).

❖ اهم مراحل في تاريخ نشأة شبكة "الانترنت":

- 1969 وضعت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة "أربانيت" في مواقع جامعات أمريكية منتقاة بعناية.
- 1972 أول عرض عام لشبكة "اربانيت" في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يتصل، والسيد راي توملنس يخترع البريد الإلكتروني ويرسل أول رسالة على "أربانيت".
- 1973 إضافة النرويج وإنجلترا إلى الشبكة.
- 1974 الإعلان عن تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل، إحدى التقنيات التي ستحدد " إنترنيت"
- 1977 اصبحت شركات الكمبيوتر تبتدع مواقع خاصة بها على الشبكة
- 1983 اصبح البروتوكول TCP/IP معيارياً لشبكة " اربانيت
- 1984 أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية NSF على عاتقها مسئولية "أربانيت"، ولتقديم نظام اعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر الموصولة بالشبكة المسمى Domain Name System (DNS)
- 1985 أول شركة كمبيوتر تسجل ملكية "إنترنت" خاصة بها
- 1986 انشأت مؤسسة العلوم العالمية شبكتها الأسرع TNSFNE مع ظهور بروتوكول نقل الأخبار الشبكية Network News Transfer Protocol جاعلا اندية النقاش التفاعلي المباشر أمرا ممكنا، وإحدى شركات الكمبيوتر تبني أول جدار حماية لشبكة "إنترنيت".

- 1990 تم إغلاق " اربانيت " و"إنترنت "تتولى المهمة بالمقابل
- 1991 جامعة مينيسوتا الأمريكية تقدم برنامج "غوفر Gopher "وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة في الشبكة.
- 1992 مؤسسة الأبحاث الفيزيائية العالمية CERN في سويسرا، تقدم شيفرة النص المترابط Hypertext المبدأ البرمجي الذي أدى إلى تطوير الشبكة العالمية Word Wide Web
- 1993 قد ابتدأ الإبحار، من خلال إصدار أول برنامج مستعرض الشبكة "موزاييك" ثم تبعه آخرون مثل برنامج "نتسكيب" وبرنامج "مايكروسوفت ". الرئيس الأمريكي كلينتون يطلق صفحته الخاصة على الشبكة العالمية http://whitehouse.gov/wh/welcome.html
- 1995 اتصل بشبكة " إنترنيت " ستة ملايين جهاز خادم و50.000 شبكة، وإحدى شركات الكمبيوتر تطلق برنامج البحث في الشبكة العالمية.
- 1996 أصبحت "إنترنيت" و "ويب" كلمات متداولة عبر العالم. في الشرق الوسط أصبحت "إنترنيت" من المواضيع الساخنة، ابتداء من التصميم الأول لشبكة وحتى اليوم، واصبح هناك عدد من مزودي خدمة " إنترنيت" يقدمون خدماتهم.

❖ أهم المحطات في تاريخ الانترنت:

☒ الخمسينيات من القرن الماضي:

- 1957 الاتحاد السوفيتي يطلق اول قمر صناعي sputnik ردت عليه الولايات المتحده بتأسيس وكالة مشروع الابحاث المطور بتمويل من وزارة الدفاع الامريكيه(ADVANCED RESEARCH PROJECT AGENCY)

☒ الستينات من القرن الماضي

- 1967 اول ورقه تصميم ARPA NET تنتشر بواسطة لورانس روبرت
- 1969 يتم تاسيس شركة ARPA NET بتمويل من وزارة الدفاع الامريكيه (DOD) لإجراء بحوث على الشبكات

☒ السبعينات من القرن الماضي:

- 1970 تاسيس ALOHA NET بجامعة هاواي ARPA NET :1972 ترتبط مع ALOHA NET.
- 1972 ري توملنسون اخترع برنامج البريد الإلكتروني لإرسال الرسائل عبر الشبكه الموزعه
- 1973 اول اتصال وربط دولي مع ARPA NET وذلك مع جامعة كلاين في لندن
- 1974 BBNتدشن TEL NET وهي نسخه تجاريه منARPA NET :1974 BOB KOHN وVINT CREF ينشران تصميما لبروتوكول يسمىTCP

☒ الثمانينات من القرن الماضي:

- 1981 MINITEL وTEL NET تنتشـــران في فرنســا بواســطة FRANCE TELECOM
- 1982 DCA وARPA يؤســـــــــــــــــــان TRANSMISSION CONTROLPROTOCOL (T. C.P) و INTERPROTOCOL وبذلك اصبحت ال (T.C.P/I) اللغه الرسمية للإنترنت
- 1982 EU NETأسست بواسطة EUUG لتقديم خدمة البريد الالكتروني ومجموعة الاخبار
- 1982 يتم استخدام مصطلح INTER NET لأول مره
- 1983 تطوير مايمسى NAME SERVER في جامعة ويسكنسون
- 1984 تطوير مايمسى DOMAIN NAME SERVER وتجاوز عدد النظم المصنفه HOSTS مايقارب 1000 جهاز تقريبا
- 1987 تجاوز عدد النظم المضيفه 10.000 جهاز
- 1987 إتحاد شركاتMERIT وIBM و MCIلتكون شركة ANS والتي قامت بتقوية إتصالات الشبكه واجهزتها ثم فتح الخدمه في الدول الحليفه لأمريكا
- 1989 تجاوز عدد النظم المضيفه 100.000 الف جهاز
- 1989 تكوين وحدة مهندسي الإنترنت IETF ووحدة باحثي الإنترنتIRTF
- 1989 اشتراك كل من الدول (استراليا _ المانيا _ الكيان الصهيوني _ اليابان _ المكسيك _ هولندا) بشبكة الإنترنتNS NET

☒ التسعينات من القرن الماضي:

- 1990 نشات ARCHIE
- 1990 أصبحت شركة THE WORLD COMES ON LINE كاول شركه تجاريه توفر خدمة الإنترنت
- 1991 تونس ترتبط بالإنترنت كأول دوله عربيه ترتبط بالشبكه
- 1991 نشاتWAIS وGOPHER وWWW
- 1992 تاسست جمعية الإنترنت INTER NET SOCIETY وتجاوز عدد النظم المضيفه مليون جهاز
- 1992 الكويت ترتبط بالإنترنت
- 1992 البنك الدولي يرتبط بالإنترنت
- 1993 البيت الابيض والامم المتحده يرتبطان بالانترنت
- 1993 مصر والإمارات يرتبطان بالانترنت
- 1993 انتشارMOSAIC وGOPHER و WWWبشكل واسع
- 1994 انتشار التسوق عبر الانترنت والشركات تدخل الشبكه بشكل واسع
- 1994 لبنان والمغرب يرتبطان بالانترنت
- 1995 AMERICA ON LINE وCOMPUSERVER و PRODIGY يعملون معا لتوفير الخدمه للمشتركين
- 1995 طرح JAVA في الاسواق
- 1996 إنعقاد اول معرض دولي للانترنت
- 1996 قطر وسوريا ترتبطان بالانترنت
- 1999 المملكه العربيه السعوديه ترتبط بالانترنت

❖ آلية عمل الانترنت:

على غير ما هو متوقع، فإن شبكة إنترنت تعتمد على ما يعرف في علم تصميم الشبكات بأنه "تصميم سهل"، لأن شبكة الإنترنت تقوم بعمل وحيد أولي وبسيط، وهو إيصال رسالة رقمية بين عقدتين لكل منهما عنوان مميز بطريق "التخزين والتمرير" store and forward بين عقد عديدة ما بين العقدة المرسلة والعقدة المستقبلة، وبحيث لا يمكن التنبؤ مسبقا بالمسار الذي ستأخذه الرسالة عبر

الشبكة كما يمكن أن تقسم الرسالة إلى أجزاء يتخذ كلا منها مسارا مختلفا وتصل في ترتيب غير ترتيبها الأصلي الذي يكون على العقدة المتلقية أن تعيد ترتيب الرسالة.

لا تضع إنترنت أي افتراضات مسبقة عن طبيعة الرسالة وفحواها أو الهدف من إرسالها أو كيفية استخدامها ولا تحاول إجراء أي معالجات على الرسالة أو محتواها غير ما يتطلبه إرسالها بين النقطتين. كل "الذكاء" الظاهري الذي تبديه الشبكة يكمن في الواقع في طبقة التطبيقات التي تعلو طبقة النقل، وكل القيمة المضافة في عمل الشبكة تكمن على أطرافها وليس في قلبها الذي يتكون من المسيّرات (routers) لا تفرق بين الرسائل، سواء كان ما تحمله رسالة بريدية، أو سيل فيديو أو بيانات لأي تطبيق أو خدمة أخرى من الخدمات المبنية فوق شبكة الإنترنيت.

فوق هذه البنية التحتية لإيصال البيانات تنبني تطبيقات عديدة مثل البريد ونقل الملفات وانسياب الفيديو والصوت والمحادثة والدردشة وغيرها الكثير، وبواسطتها يمكن نقل أي بيانات رقمية.

الانترنت بحد ذاته لا يحوي معلومات وانما هو وسيلة لنقل المعلومات المخزنه في الملفات أو الوثائق في جهاز الحاسوب الألي إلى جهاز حاسوب آلي آخر، ولذلك من الاخطاء الشائعة القول بان المعلومة وجدت في الانترنيت والصحيح القول بان المعلومة وجدت عن طريق أستخدام شبكة الأنترنت.

منذ البداية خططت شبكة الأنترنت لتكون شبه خالية من العطل. أهم عنصر هو خلوها من عقدة رئيسية او مكان رئيسي يتوجب على الخطوط المرور به. وهكذا يوجد عدد من الخطوط البديلة عندما ترسل معلوماتك عبر الشبكة وتحدد الطريق فقط عند نقل المعلومة حسب مدى شغور الخط من الضغط وعند تعطل خط يجري استخدام خط أخر صالح. إن هذه اللامركزية في الجانب التقني لم يتم إتباعها في الجانب الاداري للشبكة، فما يسمى حكومة الانترنت آيكان ICANN

هي الهيئة المشرفة دوليا على اصدار عناويين الانترنت وتتبع بشكل غير مباشر للولايات المتحدة الامريكية وسيتم التفصيل عنها خلال المادة التالية.

❖ تطبيقات الانترنت في الاتصالات:

أ) محركات وأدلة البحث:

هي برامج متخصصة في الشبكة الاتصالية تفيد المستخدم وتسهل عليه عناء البحث الطويل، حيث يقوم المستخدم بوضع كلمات البحث لكي يتم البحث عنها. وهي متصلة بمواقع كثيرة لكي يتم استخراج المعلومات والبيانات المبحوث عنها ومن أشهرها محرك البحث العملاق جوجل.

ب) الشبكة العنكبوتية العالمية.

ج) البريد الإلكتروني:

هو برنامج معد مسبق من قبل شركات معينة، تفيد المستخدم في تبادل الرسائل الإلكترونية بسرعة فائقة، وأقصد هنا بالرسائل الإلكترونية المعلومات والبيانات والصور. ومن أشهر مواقع الايميلات الهوتميل والجي ميل.

د) مواقع الوسائط الاجتماعية:

يتم فيها تبادل الأخبار الاجتماعية بين أفراد المجتمع، وهي عبارة عن مواقع يشترك فيها المستخدمون لتبادل الآراء والأفكار.

ه) مواقع الويب

هي برامج لتتيح ولتعرض المعلومات والبيانات وهي في الأصل أرقام ولكن يتم ترجمتها إلى كلمات وتعرض لك أيها المستخدم على الشاشة.

و) الاجتماعات والمؤتمرات:

يستطيع مستخدم الشبكة (الإنترنت) أن يشاهد ما يعرض في الاجتماعات والمؤتمرات من خلال برامج نقل الصورة والصوت عبر الشبكة بكل سهولة.

ز) الجامعة الالكترونية:

وهي مؤسسات جديدة تستخدم الإنترنت كوسيلة لنشر المعرفة والارتباط بالطلبة، وغالبا ما تعتمد على منتديات الجامعة التي تمكنها من سرعة التواصل وتفتح مجالا مباشرا للنقاش والحوار بين الطلبة والأساتذة والدكاترة. طلاب العلاقات العامة

❖ العناصر الرئيسة التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت:

ويمكن أجمال العناصر الرئيسة التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت كما يلي

1. مستخدمو الشبكة باختلاف مشاربهم وأذواقهم وآرائهم وحاجاتهم الاتصالية والإعلامية التي تدفعهم لاستخدام الشبكة.
2. الخدمات المقدمة من الشبكة: وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الإنسانية، مثل البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، المنتديات، الدردشة.
3. التقنيات المستخدمة في الشبكة: وهي "تنقسم إلى قسمين هما: القسم الأول الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للارتباط بالشبكة Hardware وما يتصل بهذه الأجهزة الحاسوبية مثل الفاكس مودوم، والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت، والشاشة، وغيرها. اما القسم الثاني فيتكون من البرامج اللازمة للارتباط بالشبكة Software كبرامج الوسائط المتعددة

Multimedia مثل Real Player وبرامج التصفح مثل InternetExplorer وغيرها"[1].

❖ السير تيم بيرنرز مخترع الانترنت

تخرّج تيم بيرنرز لي من كليّة الملكة في جامعة أكسفورد بانجلترا سنة 1976، وقضى سنتين مع شركة بليسي للاتّصالات السلكيّة واللاسلكيّة المصنّع الرئيسي لأجهزة تيليكوم في المملكة المتّحدة، وعمل في قسم نظم المبادلات التجارية وسباقات الرّسائل وتكنولوجيا شفرة التّعرّف. وفي سنة 1978ترك بليسي للانضمام إلى د.ج ناش، حيث كتب من بين ما كتب برامج طباعة للطابعات الذكية، ونظم التشغيل متعدد المهام ومعالج البيانات الشامل .generic macro expander،

• تيم بيرنرز مبتكر الويب

من سنة1981وحتى سنة 1984 كان تيم المدير المؤسس لشركة "Image Computer Systems Ltd"، بالإضافة إلى دوره كمسئول التصميم التقني. وفي 1984وبالزمالة مع سيرن اهتم بالعمل في النظم السريعة والموزعة لتجميع البيانات العلمية ونظم التحكم.

وفي 1989، اقترح مشروع لغة تعليم النص المترابط أو ما يدعى بالنص العالمي المترابط، وهو ما عُرف فيما بعد بالشبكة العالمية World Wide Web معتمداً في هذا المشروع على المشروع الأول الذي صممهEnquire، وقد صُمم للسماح للمستخدمين بأن يعملوا معًا، وتوحيد معرفتهم على صفحات ووثائق لغة تعليم النص المترابط. كما كان تيم هو أول من كتب مزودا للويب World Wide Web، ووضع أسس أول برنامج مستقل لتصفح إنترنت. هذا العمل بدئ في أكتوبر 1990، وكان البرنامج World Wide Web الأول متاحاً من

(1) أسماعيل، محمود حسن، 1998مبادىء علم الأتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة ص62

خلال معهد سيرن في ديسمبر من نفس السنة، وأُطلق على الإنترنت في صيف 1991.

وخلال السنتين 1991 و1993، استمر تيم في العمل في تصميم الويب وتنسيق الملاحظات من المستخدمين عبر الإنترنت. وتم مناقشة لعريفاته ومواصفاته الأولى URIs، HTTP، HTML ونقحت ونوقشت في دوائر أكبر عندما انتشرت تكنولوجيا الويب، وفي 1994 انضم تيم إلى مختبر علوم الكمبيوتر Laboratory for Computer Science في معهد ماساشوسيتس للتكنولوجيا MIT كمدير لمنظمة W3C التي تنسّق نموّ W3C في كلّ أنحاء العالم، ومع الفرق العاملة في MIT وINRIA في فرنسا أخذت المجموعة تتحقق من إمكانية الويب الكاملة، وضمانات استقراره خلال التطور السريع والتحولات الجديدة لاستعماله اللغوي.

وفي سنة 1995، تسلم تيم بيرنـرز – لـي جائزة مبتكر العام Young Innovator of the Year، وجائزة ACM Software Systems Award وغيرها الكثير من الجوائز الإبداعية الهامة من عدة شركات ومؤسسات، ولديه درجات شرف من مدرسة Parsons School of Design للتصميم، في نيويورك وجامعة ساوثامبتون Southampton University والرجل المتميز في جمعية الكومبيوتر البريطانية.

❖ استخدامات الإنترنت:

تستخدم الشبكة في مجالات عديدة، لما تقدمه من خدمات معلوماتية وخدمة البريد الإلكتروني، كما أنها توفر النفقات المالية بالمقارنة مع أنظمة البريد العادية، فهي تستخدم في المجالات التالية:

1. الخدمات المالية والمصرفية:

أن غالبية البنوك تستخدم الشبكة في أعمالها اليومية: لمتابعة البورصات العالمية، وأخبار الاقتصاد.

2. التعليم.

يوجد لشبكة المعلومات استخدامات في غاية الأهمية للجامعات والمدارس ومراكز الأبحاث؛ حيث يمكن من خلالها نقل وتبادل المعلومات بينها، ونشر الأبحاث العلمية، كما يستطيع الباحث الحصول على المعلومات المطلوبة من المكتبات العامة أو من مراكز المعلومات بسرعة كبيرة جداً بالمقارنة مع الطرق التقليدية. ويمكن الاستفادة من الشبكة في عملية التعلم عن بعد بصورة كبيرة جداً.

3. الصحافة:

أصبح الآن ليس صعباً نقل الأخبار من دولة إلى أخرى أو مكان إلى آخر بعد استخدام شبكة "إنترنيت"، فيستطيع الصحفي كتابة الموضوع أو المقال الذي يريده ثم نقله وبسرعة إلى المحررين في الصحفية أو المجلة التي يعمل بها.

وهناك استخدامات اخرى منها استخدام الشبكة في الحكومة، المنزل، الشركات، السياحة،... الخ.

4. البريد الإلكتروني:

هو وسيلة لتبادل رسائل رقمية عبر الإنترنت أو غيرها من شبكات حاسوبية.

في بداياته كان التراسل بالبريد يتوجب دخول كلا من المرسل (الراسل) والمرسل إليه إلى الشبكة في الوقت ذاته لتنتقل الرسالة بينهما آنيا كما هو الحال في محادثات التراسل اللحظي المعروفة اليوم، إلا أن البريد الإلكتروني لاحقا أصبح

مبنيا على مبدأ التخزين والتمرير، حيث تُحفظ الرسائل الواردة في صناديق بريد المستخدمين ليطلعوا عليها في الوقت الذي يشاؤون.

ظهرت بدايات ما أصبح لاحقا البريد الإلكتروني على شبكة أربانت، سلف الإنترنت التي تعرفها اليوم، وتطوّر في مراحل عديدة كان من بينها أن أرسل راي توملينسون سنة 1971 أوّل رسالة تستخدم الرمز "@" للفصل بين اسم المستخدم عنوان الحاسوب كما استقر عليه الوضع اليوم. ومع هذا لا يوجد مخترع فرد للبريد الإلكتروني إذ أنه تطوّر في عدة خطوات أسلمت كل منها إلى التالية:

- **ميزات البريد الإلكتروني:**

1. إمكانية إرسال رسالة إلى عدة متلقين.
2. إرسال رسالة تتضمن نصا صوتيا أو فيديو والصور والخرائط.
3. السرعة في إرسال الرسائل حيث لا تستغرق إرسال الرسالة بضع ثوانٍ فقط لكي تصل إلى المرسل إليه وفي حال عدم وصول الرسالة فإن البرنامج يحيط المرسل علما بذلك.
4. يمكن للمستخدم أن يستخرج الرسائل من صندوق البريد عن طريق برنامج البريد الذي يمكن المستخدم من مشاهدة الرسائل وبناء على رغبته إذا شاء أن يرسل جوابا لأي منها وعندما يبدأ طلب بريد الإلكتروني يتم إخبار المستعمل بوجود رسائل بالانتظار في صندوق البريد عن طريق عرض سطر واحد لكل رسالة بالبريد الإلكتروني قد وصلت السطر يعطي اسم المرسل ووقت وصول الرسالة وطول الرسالة في القائمة.
5. يمكن للمستخدم أن يختار رسالة من الموجز ونظام البريد الإلكتروني يعرض محتوياتها وبعد مشاهدة الرسالة على المستخدم أن يختار العملية التي يرغب فيها فإما أن يرد على المرسل أو يترك الرسالة في صندوق البريد لمشاهدتها ثانية عند الحاجة أو يحتفظ بنسخة عن الرسالة في ملف أو التخلص من الرسالة بإلغائها.

- **أمن البريد الإلكتروني:**

أمن البريد الإلكتروني هو الوسيلة الأساسية لقطاع الأعمال والاتصالات، يزداد استخدامه يوما بعد يوم. يستخدم لنقل الرسائل النصية ونقل المستندات وقواعد البيانات، وبما أن عملية نقل البيانات عملية حساسة جدا فسلامة هذه البيانات هي موضع تساؤل، وهذا يمثل مشكلة؛ فالباب مفتوح على تفاصيل العقود بين الشركات المتنافسة والأسوأ من ذلك أن هناك قدرات لتزوير الرسائل الكهْرَبَية، وهناك عدد من الاعتداءات مبلغ عنها من هذا القبيل.

5. الشبكة العنكبوتية العالمية:

الكثير من الناس يستعملون مصطلحيّ الإنترنت والشبكة العالمية (أو ويب فقط) على أنهما متشابهان أو الشيء ذاته. لكن في الحقيقة المصطلحين غير مترادفين

يمكن تعريف الإنترنت بأنه هو مجموعة من شبكات الحواسيب المتصلة معاً عن طريق أسلاك نحاسية وكابلات ألياف بصرية وتوصيلات لاسلكية وما إلى ذلك. على العكس من ذلك، الويب هو مجموعة من الوثائق والمصادر المتصلة معاً، مرتبطة مع بعضها البعض عن طريق روابط فائقة وعناوين إنترنت بشكل آخر.

بينما الويب أو الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) او اختصارا ويبُ وهي نظام من مستندات النص الفائق المرتبطة ببعضها تعمل فوق الإنترنت. ويستطيع المستخدم تصفّح هذه المستندات باستخدام متصفّح ويب، كما يستطيع التنقّل بين هذه الصفحات عبر وصلات النص الفائق. وتحوي هذه المستندات على نص صِرْف، صور ووسائط متعددة.

تم إنشاؤها سنة 1989م، وكان الغرض منها تيسير الاتصال بين المنظمات الأوربية المجتمعة في سويسرا. والويب نظام للترابط بين النصوص في الشابكة

(الانترنت) هذا الترابط المتداخل (Hyperlinking) بين النصوص في الشبكة (الإنترنت) يسمح بالانتقال فيما بين الصفحات باستعمال متصفح إنترنت، وصفحات الويب من الممكن أن تحتوي على نصوص، وصور، وأصوات، ومرئيات (فيديو)، وصور متحركة، وبرامج تفاعلية، وغير ذلك. ويقوم بتوفير هذه الصفحات في الشابكة (الإنترنت) مخدم (ويب سيرفر). ويقوم هذا المخدم بإرسال الصفحات، ومحتوياتها بناء على الطلب من متصفح الشابكة.

ومن أهم الأدوات في شبكة الويب هي محركات البحث إذ أنه بسبب ضخامة (الشابكة (الإنترنت))، هناك حاجة لاستعمال خدمات البحث في الإنترنت لإيجاد المعلومات المطلوبة.

عليه يمكن القول أن الشبكة العالمية واحدة من الخدمات التي يمكن الوصول إليها من خلال الإنترنت، مثلها مثل البريد الإلكتروني ومشاركة الملفات وغيرهما.

إن البرامج التي يمكنها الدخول إلى مصادر الويب تسمى عميل المستخدم. في الحالة العادية، متصفحات الويب مثل إنترنت إكسبلورر أو فيرفكس تقوم الدخول إلى صفحات الويب وتمكن المستخدم من التجول من صفحة لأخرى عن طريق الروابط الفائقة. صفحة الويب يمكن تقريباً أن تحتوي مزيج من بيانات الحاسوب بما فيها الصور الفوتوغرافية، الرسوميات، الصوتيات، النصوص، الفيديو، الوسائط المتعددة ومحتويات تفاعلية بما في ذلك الألعاب وغيرها.

6. الدخول عن بعد (المشاركة):

يسمح الإنترنت لمستخدمي الحاسوب أن يتصلوا بحواسيب أخرى وخوادم المعلومات بسهولة، مهما يكن موضعها في العالم. تعرف هذه العملية بالدخول البعادي. بالإمكان عمل ذلك بدون استخدام تقنيات حماية أو تشفير أو استيقان – وهذا يشجع أنواعا جديدة من العمل المنزلي، ومشاركة المعلومات في العديد من الصناعات وهذه أسهل طريقة في العالم من حيث النوع.

7. الأنظمة التعاونية:

لقد أدى انخفاض تكلفة الاتصال عبر الإنترنت وتبادل الأفكار والمعارف، والمهارات إلى تطور العمل التعاوني بشكل كبير وظهور الأنظمة التعاونية. ليس بالإمكان فقط الاتصال بشكل رخيص وعلى نطاق واسع عبر الشابكة (الإنترنت) ولكن يسمح لمجموعات لها نفس الاهتمامات ان تنشئ مواقع مشتركة بسهولة. ومثال على ذلك حركة البرمجيات الحرة في تطوير البرمجيات، والتي انتجت نظام لينكس وجنو GNU من الصفر وتولت تطوير موزيلا و OpenOffice.org (المعروفة سابقا باسم نتسكيب محاور وستار أوفيس). أفلام مثل روح العصر Zeitgeist كان لها تغطية واسعة النطاق على الإنترنت، في حين يجري تجاهلها تقريبا في وسائل الاعلام الرئيسية.

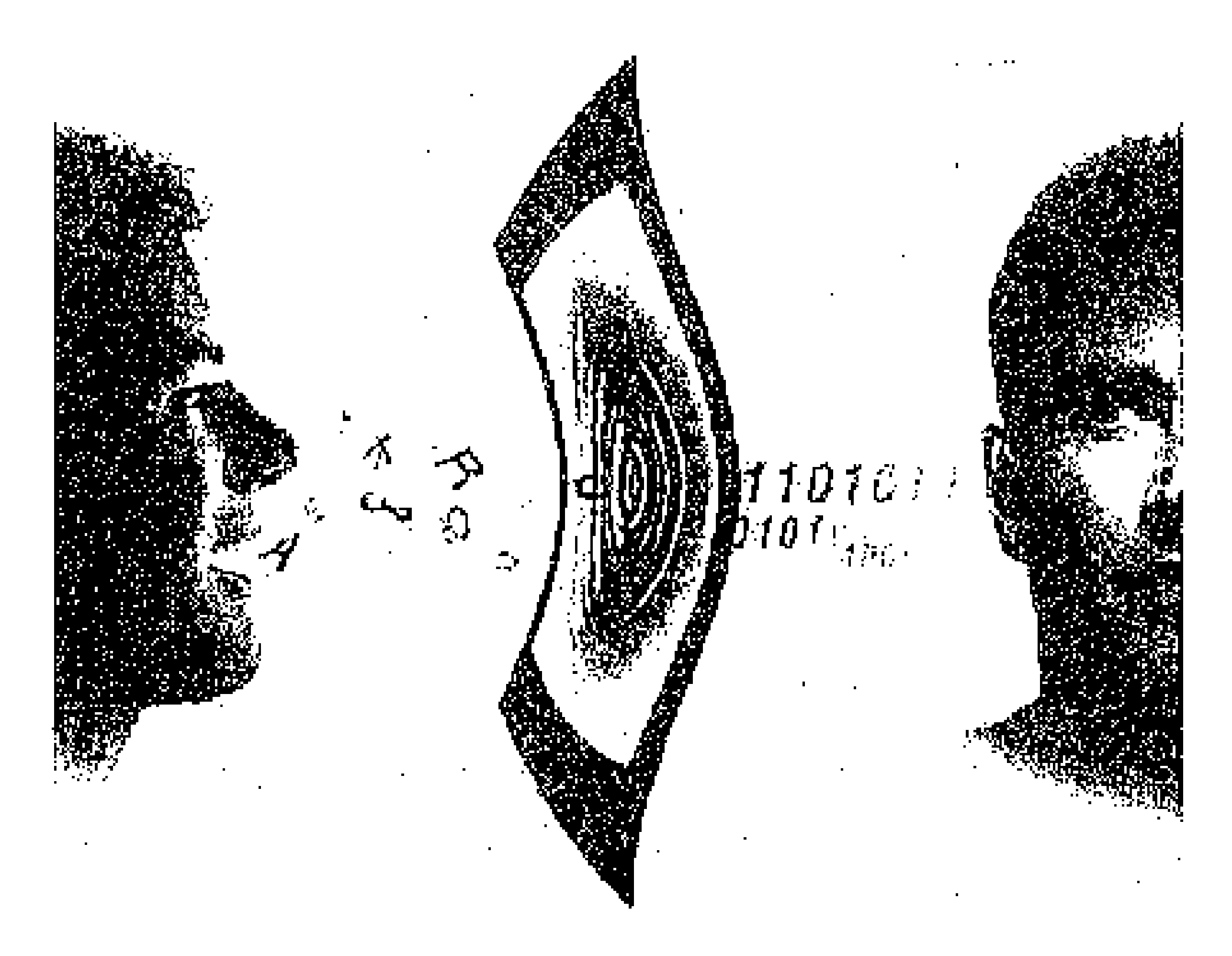
الدردشة عبر الإنترنت وسواء كان في شكل IRC أو القنوات، أو عن طريق المراسلة الفوريه يسمح للزملاء البقاء على اتصال دائم عن طريق وسيلة مريحه للغاية تعمل في حواسيبهم طول الوقت. ويجري تبادل للملفات سواء كانت تحتوي على الصوت والصور أو أي نوع آخر من الملفات وتدعم العمل المشترك بين أعضاء الفريق.

نظم التحكم في نسخ الإصدار تسمح لفرق العمل المشتركة والعاملة على مجموعات من الوثائق التعاون في عملها. وهكذا يجري تفادي مسح ما كتبه زميل آخر دون قصد ويتمكن كل أعضاء الفريق المتعاون من إنشاء الوثائق وللكل من إضافة أفكارهم وإضافة التغيرات.

توجد حاليا أنظمة أخرى في هذا المجال مثل مفكرة جوجل google calendar، أو BSCW او نظام شير بوينت.

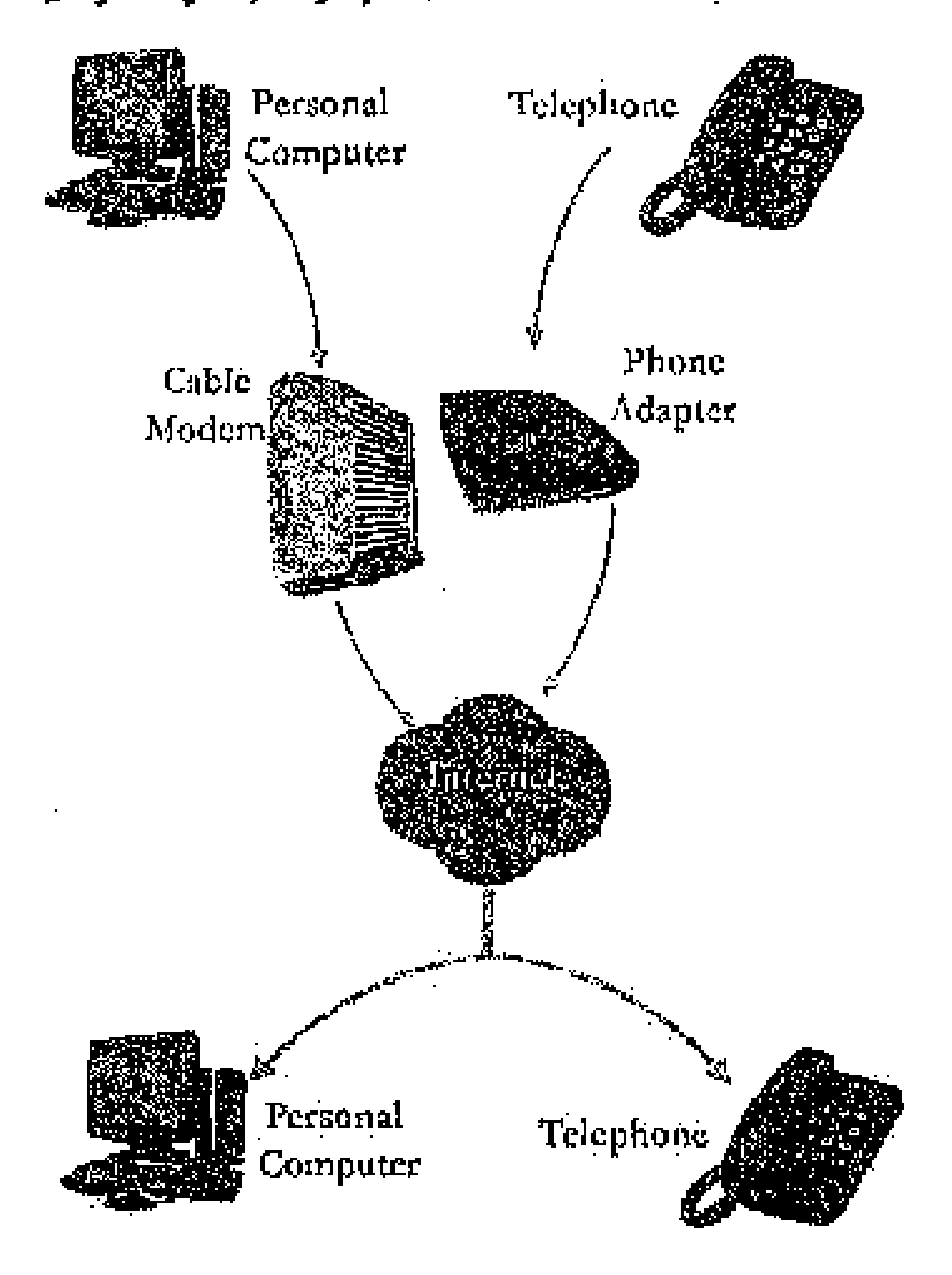
8. الاتصال الصوتي (Voip):

الصوت عبر الإنترنت او كما يصطلح عليه بتقنيية الـ (Voip) يعتمد على نقل الصوت خلال ميثاق (بروتوكول) الإنترنت.



الشكل (1 – 4) صورة تعبيرية عن تقنية الاتصال الصوتي (Voip)

وبدأت هذه الظاهرة كاختيار وأداة مساعدة لأنظمة دردشة IRC لنقل الصوت في اتجاه واحد. في السنوات الأخيرة انتشرت العديد من أنظمة VoIP كما أصبحت سهلة الاستخدام ومريحه كأي هاتف عادي. ان هذه الأنظمة هي استخدام واعد للإنترنت ذات تكلفة اقل بكثير من المكالمة الهاتفية العاديه، وخاصة لمسافات طويلة.



الشكل (2– 4) طريقة عمل الاتصال الصوتي (Voip)

لا تزال نوعية الصوت في كثير من الأحيان تختلف من كلمة إلى أخرى وستحتاج إلى بعض الوقت حتى تصبح بنفس النوعية كالهواتف التقليدية، أصبحت ذات شعبية متزايدة في عالم اللعب، باعتباره شكلا من أشكال الاتصال بين اللاعبين. من أكثر الأنظمة شعبية في مجال الصوت عبر الإنترنت هو نظام سكايب

في الآونة الأخيرة نجد تطور كبير على هذه الخدمة حتى أصبحت بعض هذه البرمجيات تعطي خدمات تضاهي الاتصال العادي فمثلا أصبحنا نجد في برامج الاتصال الصوتي كل أو بعض الصفات التالية حسب البرنامج:

- انتظار المكالمات
- إرسال رسائل SMS

- إعطاء المتصل أن الخط مشغول.
- تحويل مكالمات إلى جهازك الجوال في حال عدم وجودك عند الانترنت.
- اتصال جماعي.
- إرسال مقطع صوتي لبريد.
- وضع رسالة لإعطاء المتصل انك خارج الخدمة.
- اجراء المكالمات من جوالك إلى اي جوال بالعالم من خلال ربط جوالك بالبرنامج في الكمبيوتر لاسلكيا.

وغيرها الكثير من الميزات.

9. خدمة التلقيم:

خدمة التلقيم هي خدمة تمكن من متابعة ما يصدر في المواقع التي توفرها اولا بأول دون حاجة إلى الدوران عليها لزيارتها من أجل التحقق من إن كان قد نُشر جديد عليها، كما انها على غير الطريقة التي كانت سائدة مسبقا لا تتطلب فعلا من ناحية الموقع لأن المستخدم هو الذي يطلب هذا النوع من المحتوى بطريق قراءات التلقيمات وقتما يريد بطور التشغيل ذاته الذي تعمل به متصفحات الويب، ولا تتطلب الإفصاح عن أي قدر من البيانات الشخصية من جانب المستخدم للموقع، ولا حتى عنوان البريد الإلكتروني، وبهذا فالمتحكم الوحيد فيها هو المستخدم، ولا يمكن استخدامها بشكل لا يرضيه أو مفروض عليه. تشتمل التلقيمة في أبسط صورها عنوانا وملخصا للموضوع، ورابطا للنص الكامل للخبر على موقع ناشر الموضوع توجد عدة صيغ لنشر التلقيمات، منها RDF

10. التسويق:

التسويق الإلكتروني (Internet marketing) ويعرف أيضا باسم التسويق الرقمي (e-marketing) أو التسويق عبر الشبكة (web marketing)، ويشمل

جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الإنترنت وتحسين التجارة الإلكترونية.

- **أمثلة على التسويق الإلكتروني:**

هناك عدة مواقع تقوم بالتسويق الإلكتروني وتقدم عدة خدمات من اجل التسوق، والأمثلة كثيرة على ذلك فمثلا يوجد موقع إلكتروني يكون مخصص بهذا الشأن إلا وهو التسويق الإلكتروني من اجل الترويج للمعلن أو للبضاعة، يقوم في عمله على التسويق والترويج بدون أوراق كالجريدة أو الصحيفة ولكن اعتماده على الإنترنت والموبايل والأجهزة الرقمية الأخرى التي تواكب التطور التكنولوجي، فالعالم اليومي يستخدم التكنولوجيا والتطور في مجمل حياة الفرد اليومية فعملية الشراء والتوزيع والتسوق وعرض الطلب والإنتاج نجدها متطورة بأساليب إلكترونية لم تعد كما كانت عليه من قبل اقصد العملية التقليدية لأنها كانت باهظة التكاليف وتأخذ زمن طويل.

- **تحديات وفرص التسويق الالكتروني:**

أدى تطور التسويق الالكتروني إلى توفير فرص حقيقية أمام رجال التسويق والمنظمات المنتجة ومنشآت التوزيع ويمكن تلخيصها في ما يلي:

- عوائق قليلة.
- التفاعل مع العميل.
- الاحتفاظ بالعملاء.
- المساواتية.
- التسويق الجزئي.
- الوظائف المتكاملة.
- القيمة المضافة.
- تعديل مفهوم العنوان.

- إنهاء دور المسوق التقليدي.
- تفويض العملاء.

- **مزايا وعيوب استخدام الانترنت في التسويق:**

أولاً: الميزات

- تقنيات التسويق الإلكتروني تسمح بتطوير العلاقة مع الزبائن إلى مستوى لم يبلغ من قبل حيث أصبح التفاعل المتواصل متاح الآن.
- استخدام تقنيات الإبلاغ الطوعي، مثل ملامح الاهتمام يتزايد قبول بين المستخدمين وخاصة منهم أولئك الذين يترددون على الموقع التجاري
- التسويق الإلكتروني يستخدم للحصول على عملاء لتحقيق الفائدة القصوى للبيع على موقع ما وربح ولاء العملاء.
- استخدام الوسائل الحديثة في حين أن تقع تحت شرط قانوني، الأمر الذي يتطلب من المسؤول عن الموقع إجازة إلى أن وفقا لقانون حماية البيانات من 6 كانون الثاني/ يناير 1978 (المادة 34)، للمستخدمين الحق في الوصول، وتصحيح وتعديل وحذف البيانات. وكل الأمور المتعلقة بتلك البيانات الشخصية، أو لممارسة حقوقها بموجب قانون حماية البيانات
- يجب على المستخدمين أيضا أن يكونوا قادرين على اكتشاف وسيلة للاتصال بالمسؤول عن الموقع.
- على اعتبار أن بيئة الإنترنت الآن أصبحت واسعة الانتشار وكذلك نظراً للتطور التقني وزيادة سرعة التصفح أصبح من السهل الحصول على أي معلومة تخص منتج أو خدمة ما على هذه الشبكة، كما أصبح بالإمكان اقتناء تلك السلعة والحصول عليها في زمن وجيز ليتمكن بذلك أي مسوق من الترويج لسلعته وبيعها متخطياً بذلك الحدود الإقليمية لمكان تواجده وليدخل بسلعته حدود العالمية التي تضمن على الأقل رواجا أكثر لتلك السلعة أو الخدمة.

- باختصار: جعل التسويق الإلكتروني الحصول على السلعة أو الخدمة ممكناً دون التقيد بالزمان أو المكان.
- يساهم التسويق الإلكتروني في فتح المجال أمام الجميع للتسويق لسلعهم أو خبراتهم دون التمييز بين الشركة العملاقة ذات رأس المال الضخم وبين الفرد العادي أوالشركة الصغيرة محدودة الموارد.
- تمتاز آليات وطرق التسويق الإلكتروني بالتكلفة المنخفضة والسهولة في التنفيذ مقارنة بآليات التسويق التقليدي ولن ننسى بالطبع إمكانية تكييف نفقات تصميم المتجر الإلكتروني والدعاية له وإشهاره بصورة مجانية أوبمقابل مادي وفق الميزانية المحددة له في حين يبدو من الصعب تطبيق مثل هذه الآليات على النشاط التجاري التقليدي.
- من خلال استخدام التقنيات البرمجية المصاحبة لبيئة التسويق الإلكتروني ولعمليات الدعاية في هذه البيئة الرقمية يمكن ببساطة تقييم وقياس مدى النجاح في أي حملة إعلانية وتحديد نقاط الضعف والقوة فيها كما يمكن توجيه أو تحديد التوزيع الجغرافي للشرائح المقصودة بهذه الحملات وغير ذلك من الأهداف والتي تبدو صعبة التحقيق عند استخدام الوسائل التقليدية.

ثانيا: السيئات

ان سيئات التسويق عبر الانترنت قليلة ويمكن ان يكون أهمها انه قد يلقى المسوق بعض المقاومة من بعض الزبائن معتبرين هذا النوع من التسويق تطفلا أو العكس سالبا للذاتية.

❖ **استخدام الانترنت في العالم والوطن العربي:**

بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم 1.319 مليار شخص في ديسمبر 2007، وتعد الصين أولى دول العالم في عدد مستخدمي الإنترنت الذين بلغ عددهم فيها 221 مليون شخص في شهر فبراير 2008

أما في الوطن العربي فأن الجدول التالي فهو يمثل نسبة مستخدمي الانترنت في البلدان العربية الى عدد السكان (علما ان هذه الإحصائيات تعود للعام 2009 والغالب فقد حصل ازدياد على نسبة المستخدمين في الجدول)

البلد	عدد السكان التقريبي	نسبة مستخدمي الانترنت
الجزائر	2.30 مليون	6.2%
السودان	4.01 مليون	7.6%
السعودية	9.27 مليون	34.7%
العراق	3.22 مليون	12%
الإمارات	1.77 مليون	35.3%
سوريا	1.9 مليون	5.94%
تونس	1.17 مليون	11.7%
الكويت	724 ألف	26.2%
الأردن	2,7 مليون	31.9%
لبنان	617 ألف	15.8%
اليمن	337 ألف	1.3%
عمان	288 ألف	10.2%
فلسطين	246 ألف	7.9%
قطر	222 ألف	28.3%
ليبيا	851 الاف	14.84%
البحرين	157 ألف	21.2%
الصومال	90 ألف	0.7%
موريتانيا	21.7 ألف	0.9%
جيبوتي	10 الاف	1.1%
مصر	11.48 ملايين	15.6%
المغرب	14.27 مليون	42.8%

لقد تضاعفت عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي خلال السنوات الثماني الماضية بنسبة 1200 بالمائة، بحسب ائتلاف الأمم المتحدة العالمي لتقنية المعلومات والاتصالات والتنمية.

لقد ظهرت خدمة الانترنت في الوطن العربي متأخرة عن ظهور الشبكة في البلدان الأخرى، حيث ظهرت في السنوات الأولى من التسعينات مجموعة من المواقع العربية التي تتعامل باللغة الانجليزية. ويعتبر موقع الشبكة العربية (Arab Net) من المواقع العربية الأولى التي دخلت عالم الانترنت، والذي تأسس من قبل الشبكة السعودية للأبحاث والتسويق في لندن. وظهر هذا الموقع تقريبا في أواخر 1994 وبدايات 1995 . ومن ثم دخلت الكويت هذا المجال عبر الشبكة الكويتية وبعدها توالت مختلف الدول العربية والمؤسسات العربية في الدخول الى الانترنت.

ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية بصورة كبيرة، فبحسب إحصاءات أواخر عام 2009 بلغ عدد المتصفحين العرب أكثر من 55 مليون متصفح، أي نحو 17.3٪ من تعداد سكان الدول العربية، و2.9٪ من تعداد المستخدمين في العالم، كما أن اللغة العربية تحتل المرتبة الثامنة ضمن أكثر لغات العالم استخدامًا للإنترنت.

كما بلغت عدد صفحات الإنترنت العربية حوالي 40 مليون صفحة، بينما يبلغ عدد الصفحات العالمية 40 مليار صفحة.

كل هذه الأرقام والإحصائيات تبين مدى الزيادة في عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية من العرب، بطريقة كبيرة ويتضح ذلك إذا علمنا أن عدد المستخدمين بلغ في سنة 2007 حوالي 24 مليون مستخدم، حيث قفز العدد إلى أكثر من الضعف في ثلاث سنوات فقط.

نظرة تحليله لأكثر المواقع زيارة في الوطن العربي:

مع هذه الزيادة الكبيرة تنوعت الصفحات التي يدخل عليها المتصفح العربي، وتنوع الغرض من التصفح فبعد قيام مختصين بتتبع المواقع الخمسين الأولى في الوطن العربي (اعتمادا على ترتيب الموقع العالمي اليكسا alexa.com) مع التركيز على الدول (مصر والسعودية والأردن والمغرب والكويت) حصلنا على النتائج التالية:

- المواقع الإسلامية والدينية:

نسبة التصفح لمثل هذه المواقع ضعيفة جدا (صفر ٪ للمواقع الخمسين الأولى) حيث لم يوجد اي موقع اسلامي ضمن المواقع الخمسين الأولى وكان أقرب موقع إسلامي هو طريق الإسلام ويأخذ الترتيب (56) من جملة المواقع التي يتصفحها العرب.

- المواقع الخدمية:

تعد نسبة تصفحها هي الاعلى وتبلغ تقريبا 30 ٪

- مواقع الدردشة والترفيه:

تمثل مواقع الدردشة والترفيه نسبة كبيرة (20٪)

- مواقع الصحافة والاخبار:

نسبة المتصفحين لمواقع الصحف والأخبار (18٪)

- المواقع المختصة البرمجيات والتكنولوجيا:

تمثل نسبة متصفحي مواقع البرمجيات (12٪)

- المواقع المختصة الرياضة واخبارها:

نسبة الرياضة (6٪) وهي نسبة طبيعية وإن كان اهتمام العرب عموما بالرياضة أعلى بكثير من هذه النسبة.

- مواقع الفن والموسيقى والافلام:

نسبة متصفحي مواقع الأغاني والأفلام (6٪).

- المواقع النسائية:

المواقع النسائية بإشكالها المختصة الأزياء والمكياج والطبخ وغيرها تمثل(2٪).

- المواقع العلمية المتخصصة:

المواقع العلمية (صفر٪) لا يوجد أي موقع متخصص ضمن المواقع الخمسين الاولى المواقع.

الجدول التالي يبين المواقع التي يتصفها العرب للخمس دول (مصر والسعودية والأردن والمغرب والكويت) للمواقع الخمسين الاولى عربيا:

المجال	مصر	السعودية	الأردن	المغرب	الكويت
المواقع الإسلامية	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)
المواقع الخدمية	(٪36)	(٪36)	(٪36)	(٪38)	(٪36)
المواقع التجارية والإعلانية	(٪14)	(٪8)	(٪6)	(٪8)	(٪10)
الدردشة والترفيه	(٪8)	(٪26)	(٪8)	(٪10)	(٪8)
الصحف والأخبار	(٪4)	(٪4)	(٪24)	(٪6)	(٪10)
مواقع البرمجيات	(صفر٪)	(٪4)	(٪6)	(٪6)	(٪8)

المجال	مصر	السعودية	الأردن	المغرب	الكويت
الرياضة	(6٪)	(4٪)	(4٪)	(6٪)	(صفر٪)
مواقع الأغاني والأفلام	(10٪)	(6٪)	(2٪)	(6٪)	(8٪)
الألعاب	(4٪)	(6٪)	(2٪)	(6٪)	(4٪)
المدونات	(4٪)	(4٪)	(8٪)	(4٪)	(6٪)
النسائية	(2٪)	(2٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(4٪)
المواقع العلمية	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)
المواقع الاباحية	(8٪)	(صفر٪)	(4٪)	(10٪)	(2٪)

الوحدة الخامسة

الخدمات الاتصالية لشبكة الانترنت

الوحدة الخامسة

الخدمات الإتصالية لشبكة الانترنت

تقدم شبكة الإنترنت خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخاطبية جديدة، وإستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الاجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب، كل ذلك حول الشبكة الدولية إلى فضاء يعج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة.

يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء، والأفكار والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية.

للاتصال اشكال مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الاتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الاتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الاتصال وهي:

1. الاتصال الشخصي: وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين في العملية الاتصالية، ويكون بين فردين
2. الاتصال الجمعي: الذي يتم في أوساط اجتماعية ذات أعداد محدودة
3. الاتصال الجماهيري فهو النمط الاتصالي الذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل الأعلام: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الانترنت.

إن الإعلام جزء من العملية الاتصالية، وهو نشاط يتم لتحقيق أهداف معينة، وتستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيري، ويسعى الإعلام لإيصال المعارف إلى الأفراد والجماعات بهدف التأثير في عقولهم، ومشاعرهم، ونشاطاتهم، كما يهدف الإعلام إلى إيصال المعارف والعلوم حول أحداث وقعت أو ستقع.

في شبكة الإنترنت التي تعتبر وسيطا اتصاليا جديدا بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، فإنها تعتبر تقنية اتصالات مهجنة تضم أكثر من نمط اتصالي: شخصي وجمعي وجماهيري، دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال.

تبعا لذلك فقد اختلت الكثير من المفاهيم السائدة حول الدور الاتصالي للإنترنت مع عدم وضوح الحدود الفاصلة بين أنماط الاتصال وطبيعتها .ونتيجة هذا المدى الواسع من الإمكانات الاتصالية للإنترنت فإن الشبكة تقدم عددا من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدرا كبيرا من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة.

كما يبرز دور شبكة الإنترنت الاتصالي في "مجال الاتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية، إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى. كما تقدم الشبكة خدمة البريد الالكتروني التي تتميز إلى جانب سرعتها الفائقة في كونها مجانية لمستخدمي شبكة الإنترنت بالإضافة إلى احتوائها على أخبار متنوعة تصل إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمشترك بشكل يومي وحسب التخصصات التي يرغب بها."

وتقدم شبكة الانترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخاطبيه جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب، كل ذلك حوّل الشبكة الدولية إلى فضاء يعج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة.

- **أهم الخدمات الاتصالية عبر الانترنت:**

ويتمثل أهم الخدمات الاتصالية بما يلي:

أ) خدمة البريد الالكتروني Electronic mail

وهو من ابرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت، ويستمد البريد الالكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الالكترونية وهي " تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكومبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية Text أو الصوتية Voice أو الصور المرئية Photos".

وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الالكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطى المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الالكترونية والتواصل مع الآخرين.

ويعد البريد الالكتروني "الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت، ووفقا لدراسة توصلت إليها مجلة (إنترنت العالم العربي) فإن وظيفة البريد الالكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت نسبة متصفحي البريد الألكتروني 71٪ من إجمالي مستخدمي الشبكة.

ويتمتع البريد الإلكتروني بعدة مزايا أهمها:

- إنخفاض التكلفة المادية (مجانية بالغالب)
- السرعة الفائقة حيث يتم الإرسال خلال مدة وجيزة من الزمن.
- يتم استلام الرد خلال زمن قياسي.

- يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد رجال الأعمال الذين يسافرون كثيراً بحكم عملهم، كما يفيد الناس جميعاً، حيث يمكنهم أثناء إجازاتهم الاطلاع على الرسائل الواردة إليهم.
- يستطيع المستفيد ان يحصل على رسائله في الوقت الذي يناسبه، فهو غير ملتزم بتلقي البريد في لحظة الإرسال نفسها.
- يستطيع المستفيد إرسال عدة الرسائل إلى جهات مختلفة في الوقت نفسه، وهذا ما يمكن أن يسهل عمل المؤسسة التي ترغب بدعوة جهات عديدة إلى ندوة أو مؤتمر أو معرض.
- يمكن ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني.

ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الالكتروني على مواقعها الخاصة، "مايكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد hotmail، وشركة yahoo، وgmail.com التابع لشركة Google، ونتيجة الإقبال الكبير لجمهور الإنترنت تنافست الشركات الكبرى في الشبكة التي تقدم خدمة البريد الالكتروني، فقدمت Google خدمة البريد الالكتروني بمساحة 1 جيجا بايت، بينما رفعت yahoo مساحة البريد الالكتروني من 100 ميجا بايت إلى 1 جيجا بايت، هذا بالإضافة إلى تطوير الخدمات الملحقة بخدمة البريد الالكتروني كتحويل الرسائل Forwarding

ملاحظة: بالإمكان الرجوع للوحدة الرابعة من هذا وقراءة المزيد حول مبحث البريد الالكتروني.

ب) مجموعات الأخبار Newsgroups

تعد مجموعات الأخبار شكل من أشكال من المناقشة عبر إنترنت حيث يجتمع مجموعة من الناس لديهم اهتمامات مشتركة للحديث عن كل شيء بداية من البرامج إلى القصص الكوميدية والشئون السياسية.

على خلاف رسائل البريد الإلكتروني، التي تكون ظاهرة فقط للمرسل والمستلمين الذين تم تحديدهم، يمكن قراءة رسائل مجموعة الأخبار بواسطة أي شخص يقوم بعرض المجموعة التي يتم نشر هذه الرسائل فيها، وتتميز مجموعات الأخبار بدولية النطاق، ويستخدمها شركاء من كافة نواحي إنترنت.

يمكن وصف مجموعة الأخبار" بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر. ويمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي، والصور الثابتة والمتحركة. ويمكن للمشترك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الالكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات، وأخبار، وبيانات ونحوها في إطار اهتماماته، عبر البريد الالكتروني.

وتتميز بعض المجموعات بأنها "تخضع للرقابة في حين تتيح معظم المجموعات للمشتركين حرية الراي والتعليق على ما ينشر. وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة توزع على المشتركين عبر البريد الالكتروني. ولعل التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الإخبارية التي جعلت التواصل الالكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير

وتعود المعرفة بالمجموعات الإخبارية غلى عام 1979 حيث بدأت الخدمة كمنتديات جماعية يمكن للمشتركين فيها الاتصال ببعضهم البعض، وازدادت شعبية هذه الخدمة عام 1985 نتيجة إنشاء الجامعات والمؤسسات العلمية الأخرى مجموعات إخبارية بإعداد كبيرة على الشبكة

قبل أن يمكنك عرض الرسائل في إحدى مجموعات الأخبار، تحتاج إلى أحد برامج قراءة الأخبار، مثل بريد Windows تستخدم قارئ الأخبار لتنزيل الرسائل من أحد خوادم الأخبار. يوفر العديد من موفري خدمة إنترنت (ISPs) وصولاً إلى خوادم الأخبار للاستخدام بواسطة عملائها. تحتوي هذه الخوادم عادةً على الاف المجموعات التي تغطي مجموعة عريضة من المواضيع. تحتوي بعض خوادم الأخبار

على مواضيع مخصصة، على سبيل المثال، يوفر خادم أخبار "مجموعات تعليمات Microsoft"، الذي يوجد على news.microsoft.com، مجموعات الأخبار المخصصة لمنتجات Microsoft.

د) شبكة الإخباريات NEW S:

تعد شبكة الإخباريات (Usenet News) احد أكثر استخدامات الأنترنت شعبية، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة (Network News Transfer Protocol NNTP) الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها وإرسالها والاستعلام عنها.

وتقدم الشبكة "لوحة الإعلانات Bulletin Board وغرف الحوار Chatting Rooms، كما تتألف شبكة الإخباريات Net News من نظام ضخم يشتمل على عدد كبير من ندوات الحوار المفتوح والمستمر والتي تسمى مجموعات الإخباريات News Groups، وتستمر هذه المجموعات بالعمل على مدار الساعة وعلى مدى أيام السنة، وتسمح قوائم الاستعراض التجارية Browsers بالنفاذ إلى مجموعات الإخباريات، حيث يستطيع المستخدم أن يتابع حواراً مفتوحاً دون أن يشترك فيه، وهذا ما يسمى الترصد Lurking، وهو ما يشجع الوافدين إلى مجموعات الإخباريات للدخول في الحوار وإرسال مقالة إلى المجموعة التي يختارها الوافد وتعمل شبكة الإخباريات Usenet بسرعة كبيرة جداً، إذ يحدد مديرو المجموعات المدة الزمنية التي تبقى فيها رسائل الأعضاء منشورة قبل أن يقوم النظام بإلغائها، ولا تحتفظ المجموعات برسائلها منشورة عادةً أكثر من أسبوع واحد.

وتعد مجموعات النقاش مصادر معلومات ممتازة فهي تقدم المساعدة في المجالات الفنية والهوايات والسفر ... الخ، ويمكن أن تكون منبعاً للحوارات الحية وفرصة لاجتماع أشخاص مختلفين لديهم اهتمامات مشتركة.

ه) خدمة التراسل الفوري Instant Messaging:

التراسل الفوري: هي عبارة عن مجموعة من التقنيات التي تتيح إمكانية التواصل النصي الفوري بين اثنين أو أكثر من المشاركين عبر شبكة الإنترنت أو أي شكل من الشبكة الداخلية / الإنترنت.

من المهم أن نفهم أن ما يفصل بين الدردشة والمراسلة الفورية من التقنيات مثل البريد الإلكتروني هو التزامن المحسوس للتواصل من قبل المستخدم الدردشة تحدث بشكل فوري.

بعض النظم يسمح بإرسال رسائل إلى أشخاص دون تسجيل الدخول (رسائل في وضع دون اتصالoffline messages)، مما يزيل الكثير من الفرق بين الرسائل الفورية والبريد الإلكتروني.

التراسل الفوري instant Messaging يتيح فعالية وكفاءة التواصل، ويتميز بالاستلام الفوري للاعتراف او الرد. في بعض الحالات التراسل الفوري ينطوي على ميزات إضافية، مما جعله أكثر شعبية. على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين أن يروا بعضهم البعض عن طريق استخدام كاميرا الويب webcam، أو التحدث مباشرة مجانا عبر شبكة الإنترنت باستخدام ميكروفون ومكبرات للصوت.

ومن الممكن حفظ المحادثات كمرجع لاحق. التراسل الفوري عادة ما يسجل في تاريخ الرسائل المحلية الذي يغلق الفجوة إلى الطبيعة المستمرة لرسائل البريد الإلكتروني ويسهل تبادل سريع للمعلومات مثل عناوين المواقع أو قصاصات الوثائق (التي يمكن أن تكون غير عملية عندما ترسل عبر الهاتف).

و) خدمة جوفر Gopher:

نظام طورته جامعة مينيسوتا الأمريكية عام 1991بهدف تسهيل عملية استخدام الانترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات يمكنه الإشارة الى الملفات ومواقع Telnet ومراكز معلومات WAIS وغيرها. وهو "برنامج لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات يستخدم على نطاق واسع في الأنترنت، إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات وتسمح خدمة غوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات وتساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية وتكاملاً، إذ تسمح بالنفاذ إلى النفاذ إلى قوائم المكتبات، وإلى الملفات، وإلى قواعد البيانات وغيرها".

ز) محركات البحث Search Engines:

محرك البحث: هو برنامج حاسوبي مصمم للمساعدة في العثور على مستندات مخزنة على شبكات معلوماتية الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) أو على حاسوب شخصي.

بنيت محركات البحث الأولى اعتمادا على التقنيات المستعملة في إدارة المكتبات الكلاسيكية. حيث يتم بناء فهارس للمستندات تشكل قاعدة للبيانات تفيد في البحث عن أي معلومة.

يسمح محرك البحث للمستخدم أن يطلب المحتوى الذي يقابل معايير محددة (والقاعدة فيها تلك التي تحتوي على كلمة أو عبارة ما) ويستدعي قائمة بالمراجع توافق تلك المعايير. تستخدم محركات البحث مؤشرات/فهارس/مسارد منتظمة التحديث لتشتغل بسرعة وفعالية.

تعرض النتائج على شكل قائمة بعناوين المستندات التي توافق الطلب. يرفق بالعناوين في الغالب مختصر عن المستند المشار إليه أو مقتطف منه للدالة على موافقته للبحث. عناصر قائمة البحث ترتب على حسب معايير خاصة (قد تختلف من محرك لآخر) من أهمها مدى موافقة كل عنصر للطلب.

عند الحديث عن محركات البحث فغالبا ما يقصد محركات البحث على شبكة الإنترنت ومحركات الويب بالخصوص. محركات البحث في الويب تبحث عن المعلومات على الشبكة العنكبوتية العالمية، ومنها يستعمل على نطاق ضيق يشمل البحث داخل الشبكات المحلية للمؤسسات أي إنترنت (Intranet). أما محركات البحث الشخصية فتبحث في الحواسيب الشخصية الفردية.

بعض محركات البحث أيضاً تحفر في البيانات المتاحة على المجموعات الإخبارية، وقواعد البيانات الضخمة، أو أدلة مواقع الوب مثل دموز دوت اورج. تشتغل محركات البحث عن طريق الخوارزميات، على عكس أدلة المواقع، والتي يقوم عليها محررون بشر.

❖ نظرة تاريخية:

أول محرك بحث كان واندكس (Wandex)، وهو فهرس جمعه متجول وب وهو زاحف عنكبوتي (web crawler) طوره ماثيو جراي في معهد ماساشوستس للتكنولوجيا MIT في 1993، ويعد اليوب (Aliweb) محرك بحث آخر مبكر جداً وقد ظهر في 1993ويعمل حتى اليوم. وأول محرك بحث قائم على الزاحف العنكبوتي للنصوص الكاملة كان ويكراولر (WebCrawler)، والذي خرج للوجود في 1994. وعلى عكس سابقيه، فقد ترك المستخدمين يبحثون عن أي كلمة على أي صفحة ويب، وهو ما صار القاعدة لكل محركات البحث الكبرى منذ ذلك الوقت. كان هو أيضا الأول في معرفة الجمهور به على نطاق واسع. في 1994 كذلك جاء لايكوس (Lycos) (الذي بدأ في جامعة كارنيجي ميلون (Carnegie Mellon University) وصار مشروعاً تجارياً كبيراً.

بعد ذلك بقليل، ظهر العديد من محركات البحث وتزاحمت على الشعبية. وكان من ضمنها إكسايت (Excite)، إنفوسيك (Infoseek)، وانكتومي (Inktomi)، ونورثرن لايت (Northern Light)، والتافيستا (Alta Vista) وفي بعض الحالات تنافست مع الأدلة ذات الشعبية مثل ياهو! (Yahoo!) فيما بعد، ادمجت الأدلة أو أضافت إليها تقنية محرك البحث من أجل أداء أكبر للوظائف.

عرفت محركات البحث أيضا بكونها بعض ألمع النجوم في نوبة الاستثمار في الإنترنت التي وقعت في أواخر التسعينات. دخلت عدة شركات السوق في مشهد كبير، مسجلة مكاسب قياسية خلال طرح أسهمها العام الافتتاحي. وقد سحب البعض محركاتهم البحثية العامة، وهم يسوقون نسخا للشركات فقط، مثل نورثرن لايت التي كانت من الـ8 او 9 محركات بحث المبكرة بعد أن جاء لايكوس (Lycos).

قبل مجيء الإنترنت، كانت هناك بواحيث لموافيق (بروتوكولات)أو استخدامات أخرى، مثل محرك بحث آركي لمواقع إف. تي. بي المجهولة (anonymous FTP) ومحرك بحث ڤيرونيكا لبروتوكول جوفر.

وستأتي بعض محركات البحث الأخرى منها إيه ناين. كوم a9.com (أمازون.كوم)، آسك جيڤز/تيوما(Ask Jeeves/Teoma)، جيجابلاست، سناپ (Snap)، والهاللو(Walhello)، كازاز(Kazazz)، ووايسنت (WiseNut) وبعض آخر آخر محركات البحث، والتي تبحث فقط أنواعا محددة من المحتوى هي پلازو (Plazoo) لمردود الخلاصات (RSS feeds)، وجوهوك GoHook للفات (پي دي إفPDF بشكل رئيسي). ومن اشهر المحركات أيضا Yooci: وThroughSearch

محركات البحث عربياً:

عربيا لا توجد محركات بحث كثيرة تعتمد على نفسها، يمكن حصرها في 2 او 3 فقط إذ أن أغلب محركات البحث العربية تعتمد على محركات بحث أجنبية هذا لعدم قدرة الشركات العربية على الاستثمار في هذا المجال وتبقى أغلب محركات البحث التي تعتمد على نفسها كليا ضعيفة لضعف التجهيزات إذ تكون غالبا من اجتهاد أفراد على سرفرات عامة.

أ) التلينيت Telnet:

هي بروتوكول انترنت معياري لخدمات الربط عن بعد ويسمح للمستخدم بربط جهازه على كمبيوتر مضيف جاعلاً جهازه وكأنه جزء من ذلك الكمبيوتر البعيد. وهي طريقة أخرى للنفاذ إلى المعلومات المحملة على المخدمات، من خلال الدخول الفعلي إلى الحاسوب عن بعد واستخدامه بصورة عادية، فعندما يتصل المستخدم بواسطة تلنت يستطيع استخدام حاسوبه عن بعد كما لو أن لوحة المفاتيح مربوطة فعلاً على حاسوبه عن بعد، وبإمكانه استخدام الخدمات نفسها المتاحة لأي مستثمر محلي، وهذا يعني أنه يستطيع تشغيل برنامج معين على الحاسوب الذي يقع في النصف الآخر من الكرة الأرضية؛ كما لو كان يجلس أمامه تماماً. ويمكن استخدام تلنت لمشاهدة قائمة البطاقات الإلكترونية في مكتبة الكونجرس أو المكتبة البريطانية في لندن، كما يمكن استخدامها لاستعراض قواعد بيانات حكومية.

والشرط الوحيد لاستخدام تلنت بنجاح هو" أن يعرف المستفيد كيف يستخدم الحاسوب الذي دخل إليه عن بعد، كما يجب أن يسمح له هذا الحاسوب بالنفاذ إلى ملفاته. وهنالك عدد كبير من المؤسسات التي قامت بتحميل برمجيات خاصة ضمن نظمها لكي يتمكن مستخدمو إنترنت من النفاذ الفوري إلى المعلومات.

ب) شبكة الويب Web

شهد العام 1991 تطورا مهما في مسيرة الأنترنت تمثلّ في ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية World Wide Web" الذي ابتكره بعد تجارب كثيرة من قبل الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرز لي Tim Berners-Lee في المعمل الاوربي لفيزياء الجزئيات في جنيف، وفي حدود عام 1945 عندما كتب المستشار العلمي للرئيس الاميركي فرانكلين روزفلت: فانفر بوش Vannevar Bush مذكرات حول نظام أسماه الميمكس Memex وهو جهاز قائم على نظام الميروفيلم بإمكانه حفظ كمية ضخمة من الوثائق في مكتب واحد. وفي الستينات قاد دوغلاس انغلبيرت Douglas Engelbart بإبتكار نموذج بإسم Online System والذي أعتمد على تكنولوجيا النص التشعبي Hypertext بما يسمح بالاستعراض وتحرير النصوص التشعبية والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة. وكانت الخدمات السابقة للويب منذ تأسيس شبكة الانترنت "حكرا على الجامعيين والباحثين في المؤسسة العلمية ومطوري انظمة الكومبيوتر، وكان هؤلاء يتبادلون عبرها رسائلهم الألكترونية ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تساهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها، بجانب المهام التي يضطلع بها باحثون آخرون في خدمة المؤسسة العسكرية الاميركية، ولكن بعد نشوء الويب تغير هذا الوضع ولم تعد الإنترنت حكرا على هؤلاء

وتعددت تعريفات الويب تبعا لخلفيات المعرّفين، فذوي الخلفيات التقنية من مطوري الشبكات والمبرمجين يركزون على الوصف التقني للموقع، مثل طبيعة اللغة البرمجية المستخدمة في كتابة الوثائق والبروتوكولات التي تنظم التواصل، بينما يركز مستخدموا الويب على المضمون والتطبيقات اللازمة لتصفح المواقع والوصول إلى الوثائق. ومن خلال البحث في تعريفات الويب وجد الباحث أن هناك 26 تعريفا ابرزها وأكثرها شمولا هو "مجموعة من ملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف افتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية Home page والتي يمكن الولوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع، ويتم الوصول إلى الموقع عبر

كتابة أسم الموقع على المتصفح" وفي تعريف آخر أكثر تفصيلا يعرف الويب بأنه "ملف (صفحة) أو مجموعة ملفات يتم تخزينها في حاسوب (خادم Server)يمكن الولوج إليها عبر شبكة الأنترنت. ولكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالبا لكي لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع. تتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات مثل الفأرة قصد الأنتقال من ملف إلى آخر داخل الموقع أو خارجه.

ويعرف د.حسني محمد نصر الويب على أنه " نظام من خادمات الكومبيوتر يدعم الوثائق المكتوبة بلغة النص الفائق ويقوم بالربط بين الوثائق بعضها البعض سواء كانت وثائق نصية أو جرافيكية أو صوتية أو ملفات فيديو؛ وهو مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة كومبيوتر عديدة في جميع أنحاء العالم يتم تسليمها عبر الانترنت بشكل صفحة أو صفحات يطلق عليها صفحة الويب Web Page والذي قد يحوي نصا أو يشير إلى ملفات أخرى، وهذه الملفات قد تحوي صورا أو لقطات فيديو أو مقاطع سمعية.

ويقول الدكتور عباس مصطفى "لقد نشأت الوب على الانترنت وهي تستفيد من آليات الانترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات والملقمات والأجهزة في جميع أنحاء العالم، والعناصر الأساسية للإنترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالأتصال بالحواسيب حول العالم، بينما الوب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا

إن ظهور وتطور المستعرضات نيتسكيب Netscape، ومايكروسوفت إكسبلورر بعد سلسلة من المستعرضات التي صممها طلاب الجامعات مثل مستعرض غوفر ومستعرض فيولا- فيولا، ومستعرض ميداس وغيرها؛ بعد المستعرض الذي صممه بيرنرز لي جعل من الانترنت سهل الاستخدام ومكّن مستخدميه من الوصول إلى المعلومات المستخدمة فيها وبأي لغة كانت، حيث

مكنت المستعرضات من عرض صفحات الويب بالصورة وبالوسائط المتعددة، وأضاف الويب فن جديد هو تصميم وإنشاء الصفحات التي تخدم أغراضا مختلفة، ومكنت الأفراد والمؤسسات من وضع أنفسهم على الشبكة.

وتتميز صفحات الويب "بالتفاعلية Interactivity فهي نظام متكامل يميز صفحات الويب يشمل النصوص، الصور، الأصوات، الإطارات، والاشكال المتحركة Animations وهي حالة المشاركة والأخذ والعطاء وتستفاد من ميزات الوصلات التشعبية Hyperlink التي تنقل المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى ومن موقع إلى آخر ويقول ملفين ديفلير وساندرا روكيش" يشير التفاعل التبادلي بوجه عام إلى عمليات الاتصال التي تتخذ خصائص الاتصالات بين الاشخاص، ففي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام بالتناوب، ويستقبل كل شريك التغذية المرتدة فورا وبصورة كاملة في شكل رسائل شفهية وغير شفهية.

إعلاميا يمكن تعريف الويب على أنه "رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الأنترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب. ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص التشعبي المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسة واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات عادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت فيديو...) أو وسائط متعددة Multimedia. وغالبا ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي.

مما تقدم ووفقا للتعريف الإعلامي للويب فإن على من يسعى لممارسة مهنة النشر عبر شبكة الويب أن يتعامل معها كوسيلة اتصال جماهيري فعالة تتكامل فيها الرسالة (شكلاً ومضموناً) مع الوسيلة والمتلقي. وعلى الناشر أن يكون على قدر كبير من المعرفة بالأمكانيات التواصلية من حيث التفاعلية والتغذية الراجعة التي يتيحها الويب، والخدمات الإضافية التي يمكن تقديمها من خلال الموقع كخدمة البحث والأرشفة والوصول إلى مواقع أخرى.

الوحدة السادسة

الإعلام والإنترنت (التطبيقات الإعلامية لشبكة الإنترنت)

الوحدة السادسة

الإعلام والانترنت

(التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت)

إن التطور العلمي الهائل الذي حدث في القرن الماضي ادى الى ظهور اشكال جديدة من وسائل الاعلام، وعند ظهور أية وسيلة إعلامية حديثة كان السؤال الأول الذي يرد في الأذهان حول مصير الوسائل الأقدم منها.

فمثلاً عندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين أعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية، كما إن ظهور التلفزيون جدد السؤال حول بمستقبل الصحافة والإذاعة، لقد كان هذا نفس السؤال والإحساس والتوقعات عندما ظهرت شبكة الإنترنت لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى.

ورغم كل تلك التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية حافظت على وجودها كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة اليها، وأن ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة يدفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية.

على هذا كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة، وكذلك من خلال الاختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية.

وأسهمت منتديات الإنترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين القائمين بالاتصال في الوسائل

الإعلامية، وجمهور هذه الوسائل وهو ما يطلق عليه الاتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جمهورها.

في الواقع لقد استفادت جميع الوسائل التقليدية للإعلام من الإنترنت لزيادة انتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود. كما "ساعد الإنترنت من خلال سهولة الاتصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا، هذا بالإضافة الى تميّز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة.

لأجل هذا تغيّرت صور الوسائل الإعلامية كثيرا بعد ظهور وانتشار شبكة الانترنت عالميا، حيث باتت هذه الشبكة كوسيط اتصالي جديد بالإضافة الى التطبيقات التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحف التقليدية.

وقبل انطلاقة الانترنت كان "الفيديوتكس" أحد التطبيقات الشائعة لوسائل الإعلام التفاعلية، وسمح هذا التطبيق لمستخدميه بإرسال بيانات واستقبال بيانات من أجهزة الكومبيوتر أو مستخدمين آخرين للفيديو تكس بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصورة

ومع تطور وإنتشار شبكة الانترنت ظهرت تطبيقات جديدة لا هي صحف ولا وكالات أنباء توفرها جهات مختلفة مثل المستعرضات وآلات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت، كمستعرضي نتسكيب Netscape ومايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمة إعلامية تغطي اهتمامات مختلفة. كما أن هناك مواقع إعلامية تجمع كل أشكال الإعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية فلا هو صحيفة ولا هو وكالة أنباء ولا هو قناة تلفزيونية بل هو موقع إخباري استفاد من خصائص ومزايا النشر في الانترنت.

وتأثرت وسائل الإعلام بالانترنت حيث قد جذب النشر عبر الشبكة نسبة كبيرة من جماهير هذه الوسائل، ففي استطلاع أجرته شركة الأبحاث البريطانية المعروفة باسم الاستراتيجيات التحليلية Strategies Analyses تبين أن القنوات التلفزيونية تخسر ملايين المشاهدين لصالح الانترنت، ويقول دافيد مارسر مدير الشركة أن "التلفزيون" هو الوسيط الإعلامي الذي يعاني بشكل أكبر جراء تزايد عدد مستخدمي الانترنت السريع، فعدد كبير من المشاهدين يختارون قضاء أوقات فراغهم في تصفح شبكة الانترنت ويفضلون البحث عن مضامين ترفيهية لم يجدوها في السابق في التلفاز.

❖ نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت:

إن ظهور الانترنت وتتطور تكنولوجيات الشبكة وتطبيقاتها بسرعة كبيرة له دور كبير في تطوير الوسائل الاعلامية من حيث الشكل الفني والمضمون الاعلامي وزيادة انتشارها ووصولها الى كل مكان في العالم فضلا عن تميز المواد المقدمة بواسطة الانترنت بتعدد اساليبها عن طريق الوسائط المتعددة.

كما أن الانترنت أضاف وظائف اخرى للاتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل، كما قلل من اهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام فخدمة تضع احداثا إخبارية [illegible] بما ينشره بسهولة عبر الانترنيت مباشرة للآخرين لكي يقرؤها وتمثل هذه الوظيفة تحولا مهما عن وسائل الإعلام التقليدية ومن التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنيت ما يلي:

1) وكالات الانباء:

تستخدم اغلب وكالات الإنباء المحلية والعالمية الانترنيت عن طريق إنشاء موقع لها على الشبكة حيث اول ما تبادر به وكالة الإنباء هو بحجز وإنشاء موقع لها على الانترنت، فهناك الوكالات العالمية مثل رويترز، وكالة الإنباء الفرنسية، يوناتيدبرس، الاسيوشتدبرس، شينغوا التي تتواجد مع وكالات إنباء إقليمية

وقومية ومحلية، يقدمون جميعا خدمات إخبارية بمختلف أنواعها شاملة النصوص والصور والفيديو وملفات عالمية وعلى مدار الساعة مع التحديث المستمر لخدماتها الإخبارية.

بل وأصبحت بعض هذه الوكالات تقدم خدماتها بعدة لغات لتصل لأكبر عدد ممكن من الجمهور.

2) إذاعة الانترنت

هي تطبيقات برامج صوتية حاسوبية يتم استخدامها للبث عبر الانترنيت اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات Streamig لتشغيل المواد الصوتية او الفيديو، وراديو الانترنيت متعدد الوظائف وهو تفاعلي يمكن ان ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون الى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات للراديو بفضل استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الحاسوب والمعلومات الضخمة المعروضة في الانترنيت.

يقول محمد عارف في كتابه: تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية) إن راديو الانترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكومبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الأنترنت. وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية.

3) البث التلفزيون عبر الانترنت

يستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث

ويتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكوّن مجتمعة الملف المراد بثه. ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتحول إلى هيئة العرض، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى أحد ملقمات الانترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري

تشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون، مثال ذلك شبكة سي إن إن CABLE NEWS NETWORK

لقد استفاد البث التلفزيوني عبر الانترنيت من المواد الفيلمية كافة التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعالم الجريمة او العمليات العسكرية، كما حدث في العراق ودول اخرى في العالم أو الجرائم التي يصورها هواة عرضيا أو حتى التي تصور من خلال كاميرا أجهزة الهاتف المحمول.

4) خدمة الإخبار بالهاتف المحمول:

نظرا لاشتراك كل من الهاتف المحمول والانترنيت بالحاسوب فقد تمت الاستفادة من هذا الاشتراك فتم توفير ميزة تلقي البريد الالكتروني عبر خدمة الرسائل الهاتفية (SHORT MESSAGE SERVICE (SMS)) والتي تقدم ايضا للمشتركين طيفا واسعا من الخدمات الإخبارية على شكل نصوص او وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول هذا فضلا عن إرسال واستقبال وعرض الصورة الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية. كل ذلك من

الشبكة الى هاتف محمول او من الوكالات المتخصصة الى المشتركين بالهاتف المحمول او من هاتف الى بريد الكتروني على شبكة الانترنت.

5) خدمة الواب:

هو نظام حاسوبي يحول صفحات الانترنيت المصممة للحاسوب ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة او الأجهزة الالكترونية المحمولة الأخرى، وخدمة الواب توفر الرسائل الصوتية والالكترونية، الحوار، التصفح، الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة وكذلك تقدم خدمة الدخول على الشبكات المحلية.

ويقول د. رميح بن محمد الرميح "تم تطوير بروتوكول الواب في العام 1997 عندا اجتمعت بعض الشركات المصنعة للهاتف المحمول وعلى رأسها نوكيا وموتورولا وأريكسون بالإضافة إلى شركة فون دوت كوم التي كانت تسمى في ذلك الحين UNWIRED PLANET بغرض ربط أهم شبكتين في العالم وهما شبكة الهاتف المحمول وشبكة الانترنت فيستفيد المستخدم من خاصية المحمول ومما تقدمه الانترنت من خدمات ومعلومات.

6) النشر الالكتروني:

يعود ظهور النشر الالكتروني إلى تسعينات القرن العشرين للصحف والمجلات والمدونات ومواقع المعلومات للاستفادة من التكنولوجيا الجديدة ولتعويض الانخفاض المتزايد في عدد القراء وفي عائدات الإعلان.

يوفر استخدام النشر الالكتروني ميزة الانتقال من كلمة محددة في النص إلى ملف صوتي يشرح هذه الكلمة او إلى صورة تتعلق بهذه الكلمة مما يتجاوز كثيرا مما يمكن ان تقدمه الوثائق المطبوعة او من سرعة النفاذ الى المعلومات المطلوبة.

ولقد لجأ عدد كبير من المؤسسات العاملة في مجال النشر الالكتروني الى استخدام الأقراص المدمجة CD ROM التي تمتاز بخزن كميات هائلة من المعلومات، ولقد أمكن للصحف الالكترونية عن طريق النشر الالكتروني تحديث صفحاتها في فترات متقاربة نظرا للسمات التي تتمتع بها الانترنيت فيما كانت الصحف المطبوعة تنتظر يوما كاملا لتحديث أخبارها، كما استفاد المؤلفون من النشر الالكتروني على نشر إصداراتهم عبر الشبكة عن طريق تقنية الكتاب الالكتروني متخطين الصعوبات التي تواجه الكتاب التقليدي عند النشر.

ان ثورة الانترنت جمعت بين تكنولوجيات مختلفة استطاعت ان تتخطى الحواجز الجغرافية والزمنية، وما ميز الانترنت عن باقي تكنولوجيات الاتصال والمعلومات هو اعتماد الشخص على نفسه للوصول الى مصادر المعلومات وتفاعله معها وهو عكس الوسائل السابقة التي يكون

- **تطور النشر الالكتروني:**

توالت التطورات في مجال تقنية المعلومات وتعددت الوسائل والطرق والوسائط المستخدمة في تخزين المعلومات واسترجاعها وتبادلها عبر شبكات الحاسب المحلية والإقليمية والدولية، وكان من أهم نتائج تلك التطورات هذا النمو المضطرد في مجال النشر الإلكتروني، فعلى سبيل المثال كشفت إحدى الدراسات التي أجريت بين عامي 1985م – 1994م أن عدد قواعد المعلومات المتاحة بالاتصال المباشر يزداد بنسبة 28٪ في العام، وأن عدد قواعد المعلومات المخزنة على اقراص مدمجة ينمو بنسبة 100٪ في العام، بينما لا تتجاوز نسبة النمو في المطبوعات التقليدية عن 12 – 15٪ في العام، وهو الأمر الذي دعت اليه بعض المبررات التي من أهمها ما يلي:

1) ان اللجوء الى مصادر المعلومات المحوسبة قد يشكل حلا مثاليا للقضاء على مشكلة ضيق المكان المخصص لمصادر المعلومات التقليدية التي تعاني منها

المكتبات نظرا لصغر حجم الوسائط المحوسبة وعظم ما تحتويه من معلومات.

ب) تتيح مصادر المعلومات المحوسبة الفرصة لاستخدامها من قبل عدد كبير من الباحثين أينما كانوا دونما اعتبار لحدود المكان أو الزمان، لسهولة التوزيع وسرعته علاوة على انتفاء مشكلة نفاد النسخ، فهي تحت الطلب في أي مكان وزمان، فنسخة واحدة من الكتاب كافية للوصول الى ملايين القراء في أنحاء العالم وفي الوقت ذاته.

ج) السهولة والمرونة في تحديث البيانات وإصدار الطبعات الجديدة على فترات مناسبة.

د) تعتمد مصادر المعلومات المحوسبة على نظم آلية متطورة في اكتشاف واسترجاع المعلومات تمكن الباحث من إجراء عمليات الربط بين الواصفات وتقييدها أو توسيع دائرة البحث وتضييقها بما يحقق نتائج مرضية. وهذا ما يمكن تحقيقه باستخدام المصادر التقليدية.

- **ميزات النشر الالكتروني:**

توجد عدة أسباب للنشر الإلكتروني ومنها:

أ) خفض نفقات التكلفة.

ب) اختصار الوقت.

ج) زاد الكفاءة والفعالية في استخدام المعلومات.

د) متماشي مع تطور إيقاع الحياة في المجتمع.

ه) قارب بين الناس فاختصر الزمان والمكان.

- **متطلبات صناعة النشر الإلكتروني:**

البنية التحتية اللازمة، اتصالات حواسيب معلومات ونظم التوزيع.

أ) الموارد البشرية من حيث التكوين ومن حيث التدريب.

ب) التشريعات الضرورية لتنظيم عملية النشر الإلكتروني.

ج) المناخ العام في المجتمع الفكري، الاجتماعي، الثقافي والسياسي.

الوحدة السابعة

السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت

الوحدة السابعة
السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت

تميز الانترنت باعتباره وسيلة إعلامية متعدد الوجوه والتي تتضمن مجموعة مختلفة من الإشكال الاتصالية، هي:

- من طرف واحد إلى طرف آخر.
- من طرف إلى عدة أطراف.
- ومن عدة أطراف إلى أطراف أخرى.

عليه فقد ظهرت مفاهيم اتصالية جديدة وأرتبطت بشكل كبير بدراسة الانترنت، وتبعا لسماتها الرئيسة استطاعت شبكة الإنترنت ان تجمع الخصائص التي تتميز بها الوسائل الاتصالية الإعلامية التقليدية، فقد تم دمج العناصر الطباعية المميزة لوسائل الإعلام المطبوعة والحروف، والصور، مع العناصر المميزة للوسائل المرئية، الصور المتحركة والألوان. ومن هذه المفاهيم:

أ) التفاعلية **Interactivity**:

- مفهوم التفاعلية:

إن كلمة التفاعلية Interactivity مركبة من كلمتين في أصل اللاتيني اي من الكلمة السابقة inter وتعني بين او فيما بين ومن الكلمة actives وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه ممارسة بين اثنين او تبادل وتفاعل بين شخصين.

بدا الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أكد winer عام 1948 اهمية رجع الصدى كعنصر أساسي من عناصر العملية الاتصالية وأعقب ذلك صدور كتاب wilbur Shramm عام1954 وعنوانه عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها.

والذي جاءت فيه أول إشارة لمصطلح التفاعلية وأكد شرام ضرورة وجود مجال خبرة بين المرسل والمستقبل والذي بفضله يتم توصيل نوعين من رجع الصدى هما رسالة من المستقبل إلى المرسل ورسالة من المستقبل إلى ذاته. وكانت دراسات الاتصال التقليدية المختلفة بداية بنظرية الطلقة السحرية مرورا بنموذج (shanon and weaver) ونموذج تدفق المعلومات عبر مرحلتين ووصولا إلى نموذج Westley and maclean model ومفاهيمهما الخاصين بحراس البوابة قد أكدت في معظمها على أهمية رجع الصدى في وسائل الإعلام التقليدية التي كانت ذات اتجاه واحد وتفتقر لرجع الصدى.

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل يتم من خلال الاتصال بين شخصين إذن فهي فعل اتصالي قديم لكن مفهوم التفاعلية في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة يعتبر حديث العهد نسبيا ووليد العلاقات بين الناس والآلات ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم "التفاعلية" في بداية الـ 90 من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلوماتية. ولقد غيرت تكنولوجيات الاتصال الحديثة من مهام المتلقي وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل حيث أصبح فاعلا في العملية الاتصالية بعدما كان شكل التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية محصورا في الرسائل الموجهة إلى القائم بالاتصال في التلفزيون أو الإذاعة.

في خضم هذه التطورات التكنولوجية أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطا أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة وبالتالي فإن هذا المفهوم عادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي يتضمن العديد من الوهم لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية والمرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية.

في هذا السياق يعتمد شكل التفاعل على نوع الوسيط(الوسيلة) وشكل الواجهة وطريقة تصميم البرنامج إذن فالتفاعلية تختلف باختلاف الوسيلة مثلا

التفاعلية في الإذاعة ليس نفسها في ألعاب الفيديو لذا يشير(michel sénécal) إلى أن هذا المفهوم يتسم بالطابع التجاري والقيمة المضافة.

وعليه تمثل التفاعلية الانتصار الكبير للمعلوماتية حيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا.

يقول نصر الدين لعياضي عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين التلفزيون والمشاهد وتهدف إلى تحويل المشاهد السلبي إلى مشاهد فعال ونشيط بشكل يؤثر في البرمجة. غير أنه أصبح يدل بعد الممارسة المتكررة على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة الإعلامية.

- مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم:

إن التفاعلية هي طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج. "التفاعلية هي مدى إمكانية المستعملين المشاركة في تعديل شكل بيئة وساطية ومحتواها في الزمن الحقيقي".

- مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي:

التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ويطلق على هذه الممارسة الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص(ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل والتحكم والمشاركين ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة". "التفاعلية تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين".

- مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة:

التفاعلية هي صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي".

"تعرف التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادرا على التأثير في شكل أو محتوى عرض وساطي أو تجربة"، إذن تعد التفاعلية عاملا نفسيا وإعلاميا تتغير وفقا لتقنيات الاتصال أو بناءا على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها.

ولقد تم تعريف مفهوم التفاعلية أيضا من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانات القوة الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة.

- التفاعلية في الانترنت:

إن التفاعلية أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدمة لتمييز الإنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى وتعتبر التفاعلية الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البالغة بالنسبة لنت فالتفاعلية ليس مفهوما متناغما بعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين أو بين الإنسان والآلة أو بين الرسالة وقرائها.

وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الكترونيسة صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والأنشطة، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية إلى جانب تلك التي تتوفر عند الإنترنت.

ب) سهولة الاستخدام Accessibility

تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع استخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة مثل الوسائط المتعددة وغيرها.

وتشمل سهولة الاستخدام جوانب كثيرة من أهمها:

- سهولة الحصول على المعلومات.
- تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير الأمر الذي هيأ الاتصال بين عدد كبير من الأشخاص وتبادل الرسائل فيما بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية.

ولتدعيم هذه السمة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الانترنت بسهولة، حتى لذوي الاحتياجات الخاصة بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول على البريد الالكتروني والمواقع المختلفة على الشبكة، والاستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة.

ومن سهولة الاستخدام للشبكة تعرض مستخدميها للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع إمكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع، وكذلك من خلال" الاستفادة من تقنية النص التشعبي Hypertext التي تتيح الوصول الى مواقع أخرى عبر الشبكة. ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية Hyper Links.

هذا بالإضافة إلى التفاعلية الميسرة بسهولة للمستخدمين والكم الجمعي الذي يتوافق مع سهولة الأستخدام حيث يمكن للمرسل ارسال رسالته إلى ملايين المستقبلين في وقت واحد دون عناء.

ومن الجوانب الاخرى التي يمكن ادراجها تحت بند سهولة الاستخدام ما يلي:

- تعدد المصادر.
- التحديث المستمر للمعلومة.
- عدم التقيد بساعات محددة أو أماكن بعينها.
- حرية المعلومات ومنع الاحتكار.

ج) الوسائط المتعددة **Multimedia**:

مصطلح الوسائط المتعددة هو مصطلح واسع الانتشار في عالم الحاسوب يرمز إلى استعمال عدة أجهزة إعلام مختلفة لحمل المعلومات مثل (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، والتطبيقات التفاعلية).

قد عُرِّفت الوسائط المتعددة Multimedia: المكونة من كلمتين حسب الترجمة العربية Multi وتعني متعدد، وMedia وتعني وسيط او وسيلة إعلامية، عرِّفت بأنها: طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية Interactive وفقا لمسارات المستخدم. وعلى هذا يتضح ان الوسائط المتعددة هي عبارة استخدام الحاسوب لتكوين بيئة تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي من خلال الرسوميات المستخدمة في البرامج.

لقد اسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما ساعدت الجمهور للتفاعل

مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية، وصورا ورسوما كاريكاتورية.

يعد موقع ال CNN على الإنترنت أول المواقع الإخبارية التي استفادت من الوسائط المتعددة حيث تم وضع إعلانات بواسطة الوسائط المتعددة على الموقع بقدرات كبيرة مستفيدة من تقنيات الصوت، والصورة التلفزيونية.

"في ابريل 2003 خطت BBC العربية خطوة مهمة في مجال نقل المعلومات الى المتلقين العرب وذلك عبر استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة مما حفز الجمهور على المشاركة الفعالة والفورية.

وبالطبع فإن الوسائط المتعددة الآن هي سمة غالبية المواقع الإخبارية التي أستفادت من مزاياها لنقل الصورة والصوت والكلمة في آن واحد.

د) سرعة الحصول على المعلومات:

توصف شبكة الانترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوفرة فيها والتي مكنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه.

في كل يوم تظهر من البرامج والنظم الاتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة مثل تقنية حزمة الإنترنت فائقة السرعة Broadband Internet.

في المجال الإعلامي سعت الكثير من المواقع الإخبارية لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الإنترنت، حيث طورت العديد من الصحف الالكترونية نظامها التحريري ليوافق السرعة المذهلة التي تتمتع بها الشبكة، فاعتمدت بعض تلك الصحف والمواقع الإلكترونية على تقنيات عالية السرعة لمواكبة الأحداث وبما يمكنها من التحديث المستمر للمعلومات والأخبار

كتقنية جافا المتطورة للنشر الإلكتروني Rapid Publish التي تقوم بربط غرف التحرير الصحفية بالشبكة مما يسمح بعرض الأخبار فور حدوثها مع تحديث هذه الأخبار بشكل مستمر

❖ ميزات استخدام الانترنت:

إن ميزات استخدام الانترنت عديدة جدا ولكن يمكن ذكر تلخيص اهمها بما يلي:

- الخروج من محيط البلد الضيق إلى مساحة العالم الرحبة:

تتيح الإنترنت للباحث القدرة على الحصول على المعلومات من مختلف أنحاء العالم، وتسمح له بالاطلاع على جل ما كتب في بحثه ومسألته العلمية.

- تعدد المصادر والتحديث المستمر:

الإنترنت "بوابة المعلومات" تسمح للباحث أن يجد ما يحتاجه من مصادر مختلفة، ولا يعتمد على الكتب التي صدرت في بلدٍ معينةٍ مثلاً، أو الموجودة في مكتبة جامعية ما، وإنما أمامه بوابة، ما إن يفتحها حتى تقدم له ما يحتاجه يأتيه من كل حدبٍ وصوب.

- سهولة الوصول للمعلومة، وتوفير وقت الباحث:

إن وجود محركات البحث المتعددة والمتطورة بما فيها من قدرة عالية وسهلة على البحث والتصفح، تمكن أي باحث من البحث دون الحاجة إلى مساعدة من أحد، إضافة إلى تعدد هذه المحركات، وهذا ما يتيح البحث في أكثر من محرك في آن واحد، أو الانتقال من محرك إلى آخر عند عملية البحث، مما يؤدي إلى استحضار المعلومات المطلوبة من أكثر من مكان، كما أن تواجد محركات البحث يسمح للباحث أن يصل للمعلومة من خلال عدة مداخل، عبر الكلمة أو الموضوع أو الكاتب أو جهة النشر أو الجامعة أو البلد أو غير ذلك، وعملية البحث المباشر، ابتداءً من

إعداد البحث، ووضع إستراتيجية له إلى تنفيذه، والحصول على النتيجة تستغرق في المتوسط ما يتراوح بين ثلاثين وأربعين دقيقة فقط، وهو وقت قليل مقارنة بالوسائل الأخرى.

- حداثة المعلومات:

لعل أهم ما يميز الإنترنت هو ما تتميز به من قدرة 'مثالية' على تحديث معلوماتها، فأي تطوير أو تحديث في كتاب سنوي مثلاً يحتاج عاماً كاملاً انتظاراً لصدور العدد السنوي منه ليتم هذا التعديل، والحال أصعب عندما يكون الأمر مرتبطاً بطبعات الكتب غير محددة الموعد، أما الإنترنت فالأمر لا يستغرق سوى بضع دقائق يتم خلالها تعديل المعلومة أو تحديثها أو إضافة معلومة جديدة.

- انفتاح الإنترنت مادياً ومعنوياً:

إن بإمكان أية شبكة فرعية أو محلية أن ترتبط بالإنترنت وتصبح جزءاً منها بصرف النظر عن موقعها الجغرافي أو توجهها الديني أو الاجتماعي أو السياسي؛ ولهذا حققت الإنترنت ما لم تحققه أية وسيلة أخرى في تاريخ البشرية، فبينما احتاجت خدمة المذياع نحو أربعين عاماً حتى يصبح لديها خمسون مليون مشترك؛ واحتاجت خدمات التلفزة 'التليفزيون' إلى ثلاثة عشر عاماً لتحقيق ذلك الرقم، نجد أن الإنترنت قد حققت في نحو أربعة أعوام أكثر من ذلك الرقم، وهو في تزايد مطرد ومستمر، فقد تجاوز عدد المستخدمين للإنترنت اليوم الثلاثمائة مليون مستخدم.

- عدم التقيد بساعات محددة أو أماكن بعينها:

المادة معروضة مدة أربع وعشرين ساعة، ويمكن الحصول عليها في أي مكان وزمان.

- المساعدة على التعلم "التعاوني الجماعي":

ويمكن أن نسميها "مجتمع الباحثين" إن جاز التعبير: حيث تقدم الإنترنت إمكانية الوصول إلى الباحثين أو المتابعين في مختلف انحاء العالم، بل تمنح الإنترنت الفرصة للتواصل مع العلماء والمفكرين والباحثين المتخصصين والحصول على آرائهم وتوجيهاتهم، وهذا أمرٌ – ولا شك – مهمٌ وأساسي في احتياجات الباحث العلمية، كما تسمح بتداول الحوار العلمي بين المختصين، وهو ما يثري البحث العلمي وينميه ويطوره.

- حرية المعلومات ومنع الاحتكار:

تساعد الإنترنت على حرية المعلومات متجاوزة مشكلات الرقابة وتتيح كذلك التساوي بين العديد من الدول، وتتيح كذلك التساوي بين الناس في تهيئة الوصول للمعلومات، فلا تحتكر هذه المعلومات لصالح جهة ما أو مكان واحد أو بلد بعينه، وهذا كله يسهم بدوره في حرية التفكير وفي تحقيق الحرية الفكرية، ويمنح الباحث فرصة الاطلاع على كافة الآراء والأقوال فيما يبحث فيه دون أن يقيد بقيد سياسي أو فكري أو معلوماتي.

❖ سلبيات استخدام الانترنت:

ان كل شئ في الدنيا سلاح ذو حدين له ايجابياته وسلبياته، أما الانترنت فلها سلبياته خصوصا في المجال الإعلامي:

- في مجتمع شرقي محافظ اغلبه من المسلمين فإن المواقع اللا اخلاقية التي تكثر وتتكاثر في الإنترنت والتي يتم نشرها ودسها بأساليب عديدة في محاولة لإجتذاب الأطفال والمراهقين إلى سلوكيات منحرفة ومنافية للأخلاق.
- عدم صحة بعض المعلومات التي تكون موجودة على الانترنت، وهنا على الباحث التمحيص والبحث من عدة مصادر لتأكد من المعلومة التي يريدها

- نشر مفاهيم العنصرية.
- الدعوة لأفكار غريبة مناقضة لديننا ولقيمنا ومفاهيمنا والتي تعرض بأساليب تبهر المراهقين مثل عبادة الشيطان والعلاقات الغريبة الشاذة.
- الإفراط في استخدام اللهجات المحكية العامة والابتعاد عن استخدام اللغة العربية الفصحى، في غرف الدردشة والمنتديات والرسائل الإلكترونية.
- ممارسة انتهاك حقوق الملكية، بوضع نسخ للكتب والأغاني والأفلام على سبيل المثال في مواقعهم او تداولها فيما بينهم من خلال أجهزتهم مباشرة.

الوحدة الثامنة

الإعلام الالكتروني

الوحدة الثامنة

الإعلام الإلكتروني

مهما إختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الاعلام، إلا انها تلتقي في نقطة واحدة وهي أنه لايمكن تحديد مفهوم دقيق للاعلام دون ربطه بطبيعة المجتمع الذي يتوجه إليه بجميع مقوماته السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

وقد عرف المختصون الاعلام بأنه: الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الاخبار والانباء المختلفة الانواع والتعليم والترفيه واشباعا لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر.

ومن التعريفات الاخرى للاعلام هو: العلم الذي يدرس إتصال الانسان إتصالا واسعا بأبناء جنسه: إتصال وهي وإدراك وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ردود فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك.

وبشكل آخر الاعلام هو عبارة عن إستقصاء الانباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الاعلام الحديثة.

إلا أن ظهور الانترنت بدأت تظهر نفسها وبدأت تظهر ملامح الاعلام الالكتروني داخل الشبكة.

ولعل الضجة الاعلامية التي أثيرت حول شبكة الانترنت لم تأت من فراغ، حيث تشكل الانترنت إحدى إنجازات الثورة التكنولوجية وقد ساد الاعلام ووسائله الالكترونية الحديثة ساحة الثقافة ويؤكد على محورية الاعلام في حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام الشديد التي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر، حتى جاز للبعض أن يطلق عليها ثقافة التكنولوجيا، ثقافة الميديا.

❖ تعريف الاعلام الالكتروني:

ويمكن تعريف الاعلام الإلكتروني (Electronic media) نوع جديد من الاعلام يشترك مع الاعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والاهداف ويتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت

ما يميزه الاعلام الالكتروني عن الاعلام التقليدي هو اعتماده على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة، ومؤثرة بطريقة أكبر.

يتيح الانترنت للاعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الاعلامية المختلفة، بطريقة الكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت. والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الاعلامية التي يستقبلها؛ إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين.

غدا واضحاً أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل، فالمذياع لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ المذياع، ولكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدثة يخصم الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط الاستخدامه وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة.

فرض ظهور الإنترنت ومن بعد الإعلام الإلكتروني واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنه لا يعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة وإنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته.

❖ تاريخ وتطور الاعلام الاكتروني:

بعد النجاح السريع الذي حققته منذ ظهورها كأداة للسلطة (بالنسبة للحكومات) ووسيلة للنقاش والمنظرة (للمواطنين) وطريقة سهلة للوصول إلى المعلومات وتبادلها بين مختلف مكونات المجتمع، تحولت الانترنت إلى جزء من الحياة اليومية لعدد كبير من الأشخاص عبر العالم، واستطاعت في فترة زمنية وجيزة الدخول إلى كافة البيوت.

منذ سنوات قليلة لم يكن هناك وجود لمواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، "تويتر" و"يوتيوب"، وكانت شركة "آبل" تمر بمشاكل مالية صعبة، وكان "التدوين" هو الوسيلة المفضلة لدى السياسيين ويستخدومنها بكثرة.

أما الآن، فتغير وجه الشبكة العنكبوتية تماما من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي حققت ثورة هائلة في وسائل الاتصال، وأصبح المرء حائرا بين "فيس بوك"، "تويتر"، "يوتيوب" "انستغرام" وجوجل.

في دراسة أجرتها جامعة دبي بالإمارات العربية المتحدة ونشرت في العام 2011، اظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا "فيس بوك" و"تويتر" قد لعبت دورا كبيرا في ثورات الربيع العربي، حيث كان النشطاء يدعون إلى المظاهرات والاحتجاجات من خلال تلك المواقع، كما ينشرون الأحداث التي تجري الأرض عبرها، بعد أن منعت أنظمة تلك الدول وسائل الإعلام التقليدية من تغطية تلك الأحداث.

لقد أذابت الشبكة العنكبوتيسة وتقنية "نانو تكنولوجي" بين العالم الافتراضي على الانترنت والواقع الحقيقي، وربما تكون لها آثار سلبية علينا جميعا من عدة أوجه (البيئة، الصحة، الحرية وجودة الصحافة) لكن تلك الآثار لم تظهر حتى الآن على الأقل.

وجاءت ثورة مواقع التواصل الاجتماعي لتلقي بعبئ ثقيل على الصحافة التقليدية التي تسبب ظهور الإنترنت أصلا في حالة من الضعف لها. الصحف والجرائد خسرت الكثير من قرائها، وباتت مطالبة بإيجاد آلية أخرى لجذب الاهتمام، كما أن القنوات الفضائية التي كانت تتسابق في إيراد الأخبار العاجلة أصبحت مجبرة على التنافس مع "تويتر" و"فيس بوك" في هذه الخاصية للحفاظ على متابعيها.

❖ المصطلحات الأساسية في الاعلام الالكتروني:

- صحافة: هي المهنة الصحافية، ومجموعة الصحف، وهي حرفة وفن وصناعة تؤدي وظائف مختلفة أهمها الإعلام والتعليم والترفيه والإقناع والتفسير.
- صحافة الإنترنت: لم يتلبور بعد تعريف متكامل لصحافة الإنترنت حيث يطلق عليها في بعض المصادر صحيفة الوب Web Journalism ويطلق عليها ايضا الصحافة الشبكية على الخط Online Journalism وبينما تطبع الصحف التقليدية على الورق فان صحافة الإنترنت تضع مادتها علي الشبكة وسيستخدم البحث تعبير صحافة الإنترنت إلا اذا جاءت بتسمية اخرى مثل الصحافة الالكترونية او غير ذلك في احاديث لباحثين اخرين.
- المواقع الالكترونية: يطلق عليها بالانكليزية Web Sites، ويتم الوصول اليها عبر محدد موقع المصدر– Uniform Resource Locator URL او عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرض الويب: Web browser ولها انواع واشكال مختلفة وسيتخدم الباحث تعبير المواقع الالكترونية للدلالة عليها.
- الفضائية الاخبارية: وهي نمط من انماط التلفزيون الذي يكرس جل وقته للاخبار والتعليق عليها والبرامج الاخبارية ويستخدم الاقمار الصناعية للوصول الى مشاهديه، وسيتخدم الباحث تعبير الفضائية الاخبارية. والفضائيات الاخبارية الا اذا جاءت بتسمية أخرى من قبل باحثين آخرين مثل القناة او القنوات، التلفزيون والتلفزيونات او المحطة والمحطات.

❖ تطور الاعلام الالكتروني عبر التاريخ

1. 1972 اكتشف راي توملينسون البريد الإلكتروني.
2. 1991 جامعة مينيسوتا الأمريكية تطور واجهة سهلة الاستخدام للانترنت.
3. يناير 1995 إطلاق نطاق ياهو دوت كوم.
4. سبتمبر 1997 إطلاق عملاق البحث على الشبكة العنكبوتية جوجل .
5. 1998 شركة مايكروسوفت نظام التشغيل "ويندوز 98".
6. 1999 صحيفة الجارديان البريطانية تطلق نسختها الإلكترونية.
7. فبراير 2004 إطلاق موقع "فيس بوك" لطلبة جامعة هارفارد، قبل أن يصبح الموقع الأكثر شعبية على الإنترنت حيث وصل عدد مستخدميه في 2012 أكثر من مليار شخص.
8. يوليو 2006 إطلاق موقع "تويتر" الذي وصل عدد مستخدميه في 2012 أكثر من 500 مليون شخص.
9. اكتوبر 2006 إطلاق موقع ونطاق ويكيليكس.
10. خلال الفترة من 2000 إلى 2009 ارتفع عدد مستخدمي الانترنت في العالم من 394 مليون شخص إلى مليار و858 مليون شخص.
11. في 2010: استخدم 22 ٪ من سكان العالم الكمبيوتر مليار شخص يستخدمون محرك البحث على الانترنت جوجل يوميا 300 مليون شخص يقرؤون المدونات ملياري فيديو يتم عرضها على موقع يوتيوب يوميا
12. في ديسمبر 2010، بائع الخضراوات التونسي محمد البوعزيزي يضرم النار في نفسه احتجاجا على سوء الأوضاع في بلاده، وتسببت وفاته في اشتعال ثورة شعبية أسقطت نظام الرئيس بن علي، ووصلت إلى عدد من الدول العربية فيما عرف لاحقا بـ "الربيع العربي". والتي كان لمواقع التواصل الاجتماعي والاعلام الالكتروني دور كبير في انتشارها:
13. في عام 2011: بلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم قرابة ملياري شخص (30٪ من سكان العالم).

14. في مارس 2011: أظهر استطلاع للراي عن استخدام وسائل الإعلام الإجتماعي في الدول العربية أن 90 ٪ من الشباب التونسي والمصري المشاركين في الاستطلاع استخدموا "فيس بوك" للدعوة للمظاهرات أو نشر اخبارها.

15. في يونيو 2012: بلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم حوالي 2.4 مليار شخص (34 ٪ من سكان العالم).

16. في 13 ديسمبر 2012: مجلة نيوزويك الأمريكية تعلن إيقاف طبعتها الورقية نهائيا والاعتماد على النسخة الإلكترونية فقط.

❖ الخصائص التي تميز بها الاعلام الالكتروني:

ان خصائص وميزات الاعلام الاكتروني كثيرة ولكن يمكن تلخيص اهمها في ما يلي:

1) خاصية التنوع:

كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصّصة لانجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة التقليدية "الورقية"، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصّصة للتحرير، والمساحات الاخرى كالاشهار، كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصّصة للتحرير، وبين تلبية حاجيات الجمهور.

هنا جاء دور "نسيج" الانترنت الذي يسمح بانشاء صحف متعدّدة الابعاد ذات حجم غير محدد نظريا، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعدّدة من الاهتمام، وطريقة النص الفائق "Hyper text" هي المحرك لهذا التنويع في الاعلام، والذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطا مختلفة من المقاربات، والمصادر والوسائل الاعلامية ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع.

ب) خاصية المرونة:

تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي "مستخدم الانترنت"، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت، أن يتجاوز عددا من المشكلات الاجرائية التي تعترضه، ويلعب الحاسوب هنا دورا مزدوجا فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالإنترنت والتعامل معها، بالاضافة إلى وظيفته الاساسية المتمثلة في معالجة المعلومات، وتخزينها بمختلف الاشكال والطرق. وكلما إزدادت قدرات الحاسوب، إزدادت مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية

أما على المستوى الاعلامي، تبرز خاصية المرونة، من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع، وهذا ما يتيح له فرصة إنتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتمييز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة، مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد إزدادت كثيرا مع ظهور الانترنت التي سهلت كثيرا من عمليات تركيب الصور، وتعديل الاصوات وغيرها

❖ الفروق الهامة بين الاعلام الالكتروني وبين الاعلام التقليدي:

أ) المساحة الجغرافية:

يمكن للموقع الاعلامي أن يصل عن طريق الانترنت إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جداً من وسائل الاعلام التقليدية التي تكون مقيدة في أغلب الاحيان بحدود جغرافية محددة. وحتى إذا تمكنت بعض وسائل الاعلام التقليدية من تجاوز "محليتها" فإنها لاتضمن نشر رسائلها الاعلامية إلا على عدد محدود من المتلقين في العالم، لذلك تسعى غالبية الوسائل الاعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة الكترونية لها في الانترنت.

ب) عامل الكلفة:

يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة، وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني من حيث أنه يوفر على صاحب جريدة ما جزءا من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويضمن له في الوقت نفسه عددا أكبر من القراء

لكن هناك إشكالية تعترضنا في هذا المجال، حيث يمكن لمدير الصحيفة من تغطية ميزانية الجريدة من خلال النسخة الورقية، ويمكن أن يغطي جزءا آخر من الميزانية من مردودية الاشهارات، وهذا ما يختلف عند الحديث عن تأسيس موقع إلكتروني للصحيفة من ناحية المردودية وهنا نلاحظ عامل الكلفة بالنسبة للصحيفة، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توافق بين إصدار أعداد ورقية، وفي نفس الوقت تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الانترنت.

ج) عنصر التفاعلية:

إن أحد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الالكترونية عن الصحيفة الورقية، بل وتميز الاعلام الجديد عن الاعلام التقليدي القديم، هي ميزة التفاعل، والذي يكون في بعض الاحيان مباشرا، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحاور المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة "Chating"حول مواضيع يتناولها الموقع، أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية. كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وارسالها وتبادلها عبر البريد الالكتروني.

وأهم خاصية أتاحتها الانترنت في هذا المجال هي عملية التفصيل الشخصي للمعلومات "Personnalisée" وينتج عن هذه الخاصية إتاحة الامكانية لزائر الموقع لإختيار المواضيع، أو المقالات الإخبارية، أو خدمات يرغب المستخدم في

الحصول عليها بشكل مسبق، وفي جميع الاحوال، لا ينبغي الظهور هذا النوع الجديد من الاعلام بكل ما يمتلك من خصائص مهمة، أن يحجب عنا بعض الإشكاليات والمساوئ التي يحتمل أن ترافق الاعلام الالكتروني، حيث تطورت تقنيات التزييف بشكل كبير، وخاصة مع ظهور الاجيال الحديثة من الحواسيب المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور، كما أن ترويج هذا النوع من "الاخبار" الزائفة أصبح أكثر سهولة من خلال الانترنت.

إن الاعلام الحديث كغيره من أمور العصر، بات في مفترق طرق، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية، والثقافية: مازال التنظير له تائها بين العلوم الانسانية ونظريات المعلومات والاتصالات، وعلى ما يبدو فإن الاعلام يحمل في جوفه تناقضا جوهريا، فيكمن تناقضه في حيرته بين رسالة الاعلام وهو الاعلان وبين مراعاة مصالح الحكام والحرص على مصلحة المحكومين، وما بين غايات التنمية الاجتماعية ومطامع القوى الاقتصادية التي تعطي الأولوية للاعلام الترفيهي لا التنموي وقد بدت مظاهر التناقض الجوهري أكثر وضوحا، في ضوء متغيرات عصر المعلومات.

وكما هي الحال على جبهتي اللغة والتربية، حيث بات الاعلام في أمس الحاجة إلى رؤية جديدة ومغايرة، فالمنظومة الاعلامية بصورتها الحالية تعد مثالا صارخا لإساءة إستخدام التكنولوجيا، ويكفي دليلا على ذلك، تلك الهوة الفاصلة بين غايات الاعلام وواقعه، وبين زيف أقنعته وحقيقة دوافعه

ونشير هنا أيضا إلى المنافسة بين المواقع الاعلامية الالكترونية قد تحسم الامور لصالح المواقع الاكثر تطورا من الناحية التقنية والأكبر حجما على مستوى المضمون، كما أن هذه المنافسة قد تساهم في التخفيف من طموح وسائل الاعلام المحلية التي ترغب في إحتلال مساحة ما على الانترنت خدمة لمصالح جمهورها والذي نجده الجمهور قد يتخلى عن وسائل الاعلام المألوفة له، لصالح

وسائل أخرى لها القدرة على مدّه بالمعلومات التي يرغب فيها أكثر من تلك الوسائل المحلية، كما هو الشأن في أغلب دول العالم الثالث.

وفي كل الاحوال يمكن ان يجد إعلامنا مكانة داخل الانترنت، بالرغم من السيل المعلوماتي.

❖ أشكال الإعلام الإلكتروني:

في ما يلي بعض من اهم اشكال الاعلام الالكتروني:

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، وحزم النشر الصحفي.
- الإذاعة الإلكترونية والتليفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التليفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتليفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشيف الإلكتروني.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية ومعرفية وترفيهية.
- المدونات (Blogs).
- خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل:

  - البث الحي على الهاتف الجوال.
  - بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـSMS والـMMS ، وغيرهما.
  - بث خدمات الأخبار العاجلة.

❖ خصائص الإعلام الالكتروني:

يرى الخبراء أن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي، يتسم بما يلي:

- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه.
- تخطي حدود الدول.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية.
- تنوع وشمول المحتوى.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- توسيع دائرة التنافس الإعلامي.
- الاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.
- تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.
- ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل "إعلام الفرد" القائم على البث الشخصي.

❖ الإشكاليات التي تواجه انتشار الاعلام الالكتروني:

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها، فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

- تفتيت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.
- ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

❖ بيئة الإعلام الإلكتروني:

ظلت بيئة العمل الإعلامي لسنوات طويلة تتبع منهجاً يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو تقرير أو رسالة عبر الأثير تلتقطها الأذن أو عبر التليفزيون أو عبر الصحف الورقية.

في المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الإلكتروني ليتخذ مسارا يتسم بالتنوع وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة حيث وضع غيطاس أربعة مراحل:

- المرحلة الأولى: ساحة الأحداث ومصادر المعلومات

وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية، بل أصبحت الساحة تضم صحفيون هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماما جاهزين تماما للدفع بالأخبار في التو واللحظة.

- المرحلة الثانية: جهة الاتصال

وفيها يزداد التنوع وتظهر المزيد من التفريعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس، فمثلما وجد صحفيون ووغير صحفيين، أيضا يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحيفة، منها افراد مستقلين أو منظمات وجهات دولية، أو

أحزاب أو هواة أو مدونين. وكذلك اختلف الأمر أيضا من ناحية الوظائف الداخلية وطبيعة التعامل مع المعلومات الواردة، فعلى الصحيفة القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقة تناسب كل مادة على حدة، لأن عليها أن تدير موقعا إلكترونيا ونسخة ورقية في ذات الوقت وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضا، وبات على الوسيلة الإعلامية سواء الإذاعة أو التليفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير أيضا ومراجعة الأرشيف الإلكتروني لديها وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافية للمادة المقدمة، والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخبارية المقدمة، مما يتطلب جميعا من وسائل الإعلام أن يتوافر لديها نوعا من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل، بالإضافة إلى إخصائي تصميم صفحات ويب وادارة الموقع، وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوى، لذلك أصبح الدور الإعلامي لوسائل الإعلام في غاية التعقيد مما يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلامية لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلامي

- المرحلة الثالثة: وسيلة الاتصال

وهنا نحن بصدد نسخة ورقية مطبوعة، لكن عن موقع الوسيلة الإعلامية على الأنترنت أو قناة معلومات صحفية تبيعها المحتوى بمقابل مادي، وفي كل الأحوال نحن أمام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الإعلامية المطبوعة عمودها الفقري فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاء داعمة لقدرتها على المنافسة وتنويع مصادر الدخل.

- المرحلة الرابعة: الجمهور المتلقي

وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى جمهور مختلف كلية عن جمهور النموذج الخطي، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهيئ الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية غلى جمهور يتفاعل بإيجابية، ليس فقط مع ما يقدم له ولكن أيضا مع

مقدم الخبر أو من صنعه، فموقع الوسيلة الإعلامية على الانترنت أصبح البديل السريع الذي يتيح للجمهور الوصول للكتاب والصحفيين فورا وبعضها الآخر يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجري في ساحة الأحداث لحظيا.

أيضا تحول جمهور وسائل الإعلام الجديد من جمهور يقرأ الوسيلة الإعلامية من جمهور يقرا فقط إلى جمهور ويسمع ويرى ويبحث ويتفاعل، بل مشاركا من خلال ما يبديه من تعليقات وآراء يمارس عليها أيضا نوع من السيطرة فيرفض بعض المعلومات ويتقبل البعض الأخر، بل وأحيانا يصبح صانعا للأخبار.

وفي بيئة الإعلام الجديدة يملك الجمهور كل ما تملكه المؤسسات الإعلامية في العالم، من أدوات عبر شبكة الأنترنت يستطيع طبع النسخ، ويستطيع أن يوزعها على مستوى العالم لو أراد، ويملك قسم تصوير وفيديو وتسجيل صوتي سواء بأجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي.

وهذا بالضبط التحدي الذي يواجه الإعلام التقليدي بكل صوره (مطبوع، مسموع، مرئي) فلم يعد الجمهور متلقي فقط أو مفعولا به، بل شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية، وأصبح فاعلا في الوسائط الجديدة من المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.

الوحدة التاسعة

الصحافة الإلكترونية

الوحدة التاسعة

الصحافة الإلكترونية

طوال ما يربو على الستة قرون اعتاد الانسان على الكلمة المطبوعة كشكل ومحتوى يقدم له الاخبار والمعلومات فيما عرف بالصحيفة التي اتخذت بدورها انماطاً عدة، وشهدت مراحل تطورية مختلفة في آليات التصنيع والطباعة والمضمون.

وبسبب هذه الفترة الطويلة التي عاشت خلالها الصحيفة فقد تشكل نوع من الالفة بينها وبين الانسان، وباتت الصحف مظهراً لا غنى عنه في أي مجتمع، بل انها اصبحت رمزاً سيادياً للدول والحكومات، ودخلت كوسيط في الصراعات السياسية والأيدلوجية، واصبحت احد الاوعية الاساسية للمعلومات والاراء في هذا العصر حتى قيل على سبيل التشبيه ان الطبعة اليومية لجريدة مثل النيويورك تايمز تتضمن معلومات تفوق ما كان يحصل عليه الفرد في القرن السابع عشر على مدى عمره كله.

ولعل الانسان المعاصر قبل عقد واحد من الان، كان يمكن ان يتوقع أي تطور ممكن في شكل تقديم الصحيفة او مضامينها او اساليب توزيعها، لانه اعتاد على التطوير ضمن هذه الحدود، لكن احداً لم يكن ليتخيل ان الصحيفة المطبوعة على الورق التي رافقته مئات السنين يمكن ان تختفي خلال سنوات معدودة، بعد ان بدأت تعيد حسابات نمطها التقليدي السائد امام ثورة الحاسوب والمعلوماتية غير المسبوقة في تاريخ التطور الانساني، وبات امامنا شكل صحفي جديد نقرأ فيه الاخبار والمعلومات والاراء ونشاهد الصور، ولكن عبر شاشة الحاسوب ومن خلال شبكة الانترنت بلا ورق ولا أحبار فيما بات يعرف اليوم بالصحافة الالكترونية.

تعتبر الصحافة الإلكترونية من الوسائل الإعلامية الحديثة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى من حيث النشأة والانتشار، إلا أنها سرعان ما لاقت انتشاراً واسعاً وقاعدة جماهيرية كبيرة من حيث التفاعلية وزيادة عدد المستخدمين،

وجلهم من الشباب، الأمر الذي جعل هذه الوسيلة في مقدمة الوسائل الإعلامية من حيث الاستخدام والاطلاع.

وقد فتحت الصحافة الإلكترونية عصراً جديداً فيما يتعلق بحرية التعبير، وقدمت نافذة لممارسة عمل صحفي لا تحده قيود أو حدود أو رقابة، كما وضعتنا ظاهرة الصحافة الإلكترونية أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الوجه الآخر والرأي الآخر بمنتهى السهولة واليسر.

استطاعت بعض الموقع الإخبارية الإلكترونية العربية والعالمية أن تثبت حضورها وتفوقها وأصبحت مرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرجة، وأصبح من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي والمهتم أو المختص في السياسة وغيرها.

ومثلما حدث على المستوي العالمي من ولادة مواقع إخبارية إلكترونية، تمخضت المنطقة العربية عن عدة مواقع إخبارية إلكتروتية بعضها تصنع الخبر، ولا تكتفي بإعادة تصديره بعد التقاطه من الوكالات وشبكات التليفزيون والإذاعة، وتعتبر صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001 أول صحيفة الكترونية عربية، كما تعتبر وكالة عمون الإخبارية أول صحيفة الكترونية متخصصة إخبارياً في الأردن انشئت عام 2006.

وقد نمت الصحافة الإلكترونية الأردنية، وظلت تتقدم إلى الأمام وتكرس لنفسها وجوداً ملحوظاً، ومساحة واسعة لحرية الرأي والتعبير، وتركت بصمات واضحة، وأصبح لها قراؤها الذين يثقون بها، وبما تنقله من أخبار.

❖ تعريف الصحافة الإلكترونية:

استوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين والدارسين، فتابعوها بالرصد والتحليل، وكانت نتيجة ذلك ظهور الكثير من التعريفات الخاصة بها منها مثلا:

- الصحافة الالكترونية: نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، ومعالجتها، وتحليلها، ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة
- كما عرفت الصحافة الإلكترونية بأنها: وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط، تنشر فيها الأخبار والمقالات، وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية – الإنترنت – بشكل دوري وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة.

❖ نظرة تاريخية:

- على الرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ بداية أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990
- وفي عام 1992 انشأت شيكاغو أونلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أونلاين.
- انطلق أول موقع للصحافة الإلكترونية على الانترنت عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالو ألتو أونلاين
- في 19 يناير 1994 جاء موقع ألتو بالو ويكلي، لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة، وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت

صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة حيث أصبحت الصحافة جزءاً لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت.

- في آسيا فقد بدأ ظهور الصحف الإلكترونية بصدور صحيفة China Daily The في الصين، وصحيفة Asahi Chimbon في اليابان

- وتعد صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفذ مشروعاً كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات، يتضمن نشرة تعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبوبة، وأطلق على هذا المشروع اسم (الحبر الورقي) والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي للتحرير والقراءة، لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود.

- تعد صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001 اول صحيفة إلكترونية عربية. واليوم أصبح بإمكان متصفح الإنترنت العربي العثور يومياً على الكثير من الصحف الإلكترونية العربية الوليدة التي لم تتعدّ أعمارها الأيام أو الأشهر.

❖ أهم سمات ومميزات الصحافة الإلكترونية:

تختص الصحافة الإلكترونية ببعض السمات التي تميزها عن الصحافة المطبوعة، منها:

1) النقل الفوري للخبر

حققت الصحافة الالكترونية امكانيات النقل الفوري للخبر، ومتابعة تطوراته، وتعديل نصوصه في أي وقت دون انتظار حلول اليوم التالي؛

بذلك أنهت هذه التقنية واحداً من أبرز ثغرات الصحافة التقليدية في منافستها للراديو والتلفزيون، بل أن الصحف الالكترونية باتت تنافس هاتين

الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرتاه، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الاخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الاخبار في الصحف الالكترونية بعد اقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.

ب) العالمية وانتشار الخبر

للمرة الاولى في تاريخها، تمكنت الصحف من التنقل عبر الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الانترنيت، حتى أن هذا الانجاز لايلغي حقيقة أن الصحف التقليدية مازالت تعاني نفس الازمة.

وقد حقق هذا التطور نتيجة عرضية تتمثل بمنح جميع الصحف الالكترونية بأعدادها الكبيرة فرصة متساوية بالوصول الى الجمهور في أي مكان من العالم وبذلك فأن صحفاً مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسختها الالكترونة صحفاً دولية كبيرة اذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات ارسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة.

ولان الارسال عبر الانترنيت سيعني بالضرورة منح الصحف الالكترونية صيغة عالمية بغض النظر عن امكانياتها ولان المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصيغة العالمية، فأن البعض بات يتساءل بجدية عما اذا كان يصح اطلاق صفة (لصحيفة المحلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات الكترونية.

ج) انخفاض تكلفتها المادية بشكل كبير:

يتطلب البث الالكتروني للصحف عبر شبكة الانترنيت امكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لاصدار صحيفة ورقية، فالصحف الالكترونية ستستغني عن الاموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال

وبذلك اصبح بالامكان أصدار صحف الكترونية بأمكانات محدودة، يمكن أن تصل الى مستوى المشاريع الفردية، لكن الامر يتطلب بالطبع توفير تقنية الانترنيت ووجود بنية تحتية متكاملة للاتصالات في البلد.

د) تحقق التفاعل بين القارئ والكاتب من خلال التعليقات على الأخبار والمقالات:

احدثت تقنيات الصحافة الالكترونية تطوراً جوهرياً في ميدان الصحافة، حيث منحت عملية رجع الصدى (Feed Back) أمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الاعلام، وخصوصاً بالنسبة للصحافة، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية.

إن مايثيره دخول الحاسب الى عالم الاتصال هو تحول العملية الاتصالية الى عملية تبادلية بين المرسل والمستقبل بمعنى أن الاتصال سيتحقق عبر اتجاهين (Two way Communication) حيث يتحقق التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية وسيعلو دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط الى الدرجة التي يستطيع معها أن يطلب المزيد من المعلومات، بل سيصل الامر الى تحول المرسل العادي الى منتج للمادة الاعلامية.

ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الالكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور او يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفه حيث يصبح بأمكان المستخدمين في اي مكان الاطلاع عليه، وتشمل هذه الامكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فورياً على صفحات الصحيفة الالكترونية.

هـ) توافر أرشيف للأعداد السابقة للصحيفة، والبحث عن المواضيع بكل سهولة:

الصحافة الالكترونية توفر فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود الى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر أسم الموضوع الذي يريد ليقوم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل مانشر حول هذا الموضوع في الموقع المعين، في فترة معينة، قد تكون فترة عمر الموقع أو ربما أكثر أو أقل.

تعمد بعض الصحف الى بيع معلومات أرشيفها الالكتروني للراغبين به بينما تنشر نسختها اليومية مجاناً. وهنالك صحف الكترونية مثل موقع (الواشنطن بوست) وسواه يتيح لاي مستخدم الاطلاع على عدده اليومي مجاناً ولكن لايمكن الوصول الى العدد ذاته في اليوم التالي الا بثمن.

و) الإحصائيات واستخدامها كتغذية راجعة لتطوير الصحيفة

توفر تقنية الصحافة الالكترونية أمكانية تسجيل اعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يومياً، وهناك بعض البرامج تسجل أسم وعنوان أي زائر. ومثل هذه الامكانية توفر للمؤسسات المعنية والدارسين احصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الالكترونية، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن اعداد قرائها وبعض المعلومات عنهم مثل معرفة المتصفح من اي دولة حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر.

هذه الاحصائيات والمعلومات تجعل لدى الصحيفة أرقاماً وإحصائيات بنوعية وعدد المتصفحين، والأخبار التي يهتم بها قراؤها.

ز) تقديم خبر اكثر شمولا:

اذا كانت الصحافة الالكترونية تختلف عن الورقية بالعديد من الامور الجوهرية فأن القاسم المشترك بين اهتماماتها يتمثل بالمضامين التي تعتبر معيار

نجاح أية وسيلة اعلام، فإذا كان نشر أفضل مقال عن أحدث الاخبار سيظل دائماً هو صاحب الأهمية الاولى، الا أن ما يميز الصحف الالكترونية هو تقديم أكثر المعلومات شمولاً وأفضل الوسائل للوصول اليها.

ولتحقيق أعلى مستوى من المضامين والإمكانات التقنية في الوقت ذاته بدأت مؤسسات الاتصال أو ما يسمى بشركات (الميديا) بالاندماج مع مؤسسات المضمون أو الانتاج لتتحول الى مراكز اعلامية كبرى تقدم مضامين مختلفة وشاملة وتستخدم اعلى التقنيات المعروفة في العالم.

ح) تتيح للمتصفح استخدام أكثر من حاسة في نفس الوقت (المشاهدة والقراءة والاستماع).

ط) التمتع بالحرية الكاملة خلاف الصحافة المطبوعة.

ي) التفاعل السريع مع الأحداث في لحظة وقوعها في الزمان والمكان.

❖ **العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني الصحفي:**

هنالك العديد من العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني الصحفي يمكن تلخيص اهمها في ما يلي

- كفاءة التصميم الفني للموقع الإلكتروني، وقدرته على المنافسة وتقديم مختلف أشكال الصحافة، كالصور ومقاطع الفيديو، والخدمات العامة.
- قدرته على التجديد، ومرونة الموقع وسرعته.
- قدرة الموقع على التغيير، وذلك باستقطاب كفاءات جديدة من الكتّاب والصحفيين بشكل دائم.
- قدرته على معالجة القضايا والمشكلات الحساسة في المجتمع، والتي يحجم كثير من الإعلاميين التقليديين عن طرقها، خوفا ورهبة من أن تفسر أقوالهم تفسيراً خاطئاً.

- أن يكون للموقع هدفاً ورسالة صحفية واضحة، لا تنحصر فقط في الإبلاغ والإخبار، بل تتعدى ذلك لتصل إلى الغاية وهي التأثير في القارئ وإرشاده وتوعيته.
- اعتماد وهج المواقع الصحفية الإلكترونية على التغذية الراجعة، من خلال متابعة عمل الموقع؛ فالمواقع الإلكترونية التي ليست لها لجان استشارية، أو هيئات إدارية قوية وفاعلة، تذوي وتذوب بسرعة البرق، وتنطفئ شعلتها بعد ظهور مواقع أخرى جديدة
- إمداد اللجان الاستشارية والهيئات الإدارية للمواقع الصحفية الإلكترونية بالآراء والأفكار الخلاّقة التي تعزز بقاء الصحيفة الإلكترونية وتألقها.
- مساحة الحرية الممنوحة في الصحيفة للأخبار والتحقيقات والمقالات، حيث أن مساحة الحرية في الصحيفة تحدد عمر الصحيفة وألقها وتوهجها، وكلما ضاقت مساحة الحريات، قل الوهج وانطفأت شعلة الصحيفة، والعكس صحيح.

❖ التحرير في الصحافة الإلكترونية:

فرضت الصحافة الالكترونية واقعاً مهنياً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد اصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة للانترنيت وللصحافة الالكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره ايضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها التي تفرض هنا اعتبارات تتجاوز المهني الى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها.

ويبدو أن الافتقار الى اشخاص لديهم مهارات خاصة بالصحافة الالكترونية قد بات واقعا فرضته سرعة انتشار هذه الصحافة التي لم تتمكن من مواكبة هذه السرعة فيما يتعلق باعداد كادر مؤهل للعمل فيها والكتابة لها بطريقة صحيحة ومتكاملة، وهو أحد ثغرات الصحافة الالكترونية اليوم.

استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحدث انقلاباً ليس فقط في نوعية المادة الصحفية، وفي سرعة تناقل الخبر، ولكن أيضاً في صياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره، وذلك من خلال التركيز والاختصار، واللذين هما السمة المميزة للخبر على الإنترنت، فاستخدام الجمل القصيرة في صياغة الخبر ضروري لأن قارئ الإنترنت يريد الانتهاء من القراءة بسرعة ولا وقت لديه للجمل الطويلة، وليس معنى الاختصار والتركيز أن الخبر لا يورد التفاصيل بل على العكس، فقد يعطي الخبر على الإنترنت تفاصيل كثيرة جداً، ولها علاقة بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، ولكن يتم هذا على الإنترنت من خلال الروابط أسفل الخبر والتي يفتحها ويقرؤها من يريد الاستزادة بالمعلومات.

وهناك أهمية لوجود الصورة الموضوعية، ومع وجود صور كثيرة يتم وضع صورة واحدة معبرة، ويتم وضع باقي الصور في رابط مستقل، خاصة أن الصور تأخذ وقتاً طويلاً في التحميل، كما أن هناك إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتضيف خدمة إذاعية، وأحياناً بثاً حياً للأحداث مثل الفضائيات.

ويقوم الموقع الإلكتروني الصحفي بإعداد مقاييس لعدد قراء كل خبر أو موضوع على حدة، فمن خلال عداد القراءة يتعرف الكاتب الصحفي على اتجاهات قرائه، واي الأخبار يتم قراءتها اكثر، ومن ثم يمكن تعديل اتجاهات الصحيفة لتناسب قراءها، كما تقوم بعض المواقع الإخبارية بقياس الرأي العام وتحليله في عدد كبير من القضايا من خلال الاستطلاعات، وهى تتم بشكل إلكتروني فوري.

❖ تمويل الصحافة الالكترونية:

برغم قلة التكاليف، غير أن الصحافة الالكترونية تواجه كأي مشروع آخر مشاكل التمويل، فضلاً عن متطلبات الربح، فهي لاتباع كالصحف التقليدية، كما أن استحصال بدل اشتراك شهري من المستخدمين بات يحد من انتشارها وخصوصاً مع اتساع دائرة المنافسة بين هذا النوع من الصحف على موقع الانترنيت.

لذلك لجأت الصحف الى التمويل من خلال الاعلانات سواء المبوبة أو التي تكون داخل كادرات الكترونية مستلهمة من اشكال اعلانات الصحافة المطبوعة، وقد أصبح الاعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الالكترونية المسمى بأعلان اليافطة (Banner) هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف.

وقد كان من نتائج هذا الاستخدام للاعلان، أن تطورت صناعته سريعاً حيث توفر امكانات الوسائط المتعددة فرصة التحول الى ما يعرف بالاعلان التفاعلي الذي يعتبر انتقالة جوهرية هائلة في صناعة الاعلان، ووفقاً لهذه التقنية لن يضطر المستخدم الى مطالعة كل الاعلانات لوصول الى مبتغاه أو السلعة التي يريد شراءها، بل انه يستطيع أن يطلب من أحد محركات البحث ايجاد ضالته لتظهر له على الشاشة كل الاعلانات المنشورة في الصحيفة حول مايريد خلال ثواني معدودة، كما أن هذه التقنية تتيح للمعلنين ايضاً امكانية ايصال اعلاناتهم الى المستفيدين الحقيقيين منه أو القادرين على الشراء بالاتفاق مع الصحيفة على مواقع البث أو نوعية المستخدمين.

وهذا يعني أن الصحيفة يمكنها أن تحدد نوع جمهور الاعلان ودولته واعماره وجنسه وأن تطلع المعلنين على عدد متصفحي اعلاناتهم.

غير أن امكانات الاعلان من خلال الانترنيت مازالت في بدايتها ولم تصل بعد الى المستوى الذي يجعل منها مورداً ثابتاً ومغرياً لهجرة الصحف تماماً بأتجاه الانترنيت حيث بلغت استثمارات الاعلان في الولايات المتحدة في العام 1999 (267) مليون دولار، اي أقل من 1٪ من اجمالي العائدات الاعلانية هناك.

❖ نظرة في الصحافة الإلكترونية العربية:

يرتبط انتشار الصحافة الالكترونية بنمو ظاهرة الانترنيت ووصولها الى اكبر عدد من المستخدمين في اماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالانترنت، وهو الامر الذي يفسر اسباب انتشار الصحافة الالكترونية في البلدان الغنية قبل

الدول الاخرى وخصوصاً في الولايات المتحدة التي يشترك 70٪ من سكانها بشبكة الانترنيت.

وتسهم عوامل عديدة في عرقلة الانتشار السريع لتقنية الانترنت في الوطن العربي ناهيك عن التفاوت الحاد في توزيع المتوفر منه في الاقطار العربية، ويعود ذلك اساساً الى سوء البنية التحتية للاتصالات في اغلب الاقطار العربية، وبطء عملية التنمية وسوء الادارة التقنية بشكل عام، الى جانب الانتشار الواسع للامية الابجدية التي تبلغ بحدود 40 ٪ من المواطنين العرب

لكن ذلك لايلغي حقيقة وجود صحافة الكترونية عربية الان بنمطيها، حيث أسست معظم الصحف العربية اليومية والاسبوعية مواقع لها على الشبكة، وفيها مواقع ذات اهمية معلوماتية شاملة مثل مواقع الصحف (البيان، الاهرام، الحياة، الشرق الاوسط، ... الخ)، غير أن معظم الصحف العربية تكتفي اما ببث مضامينها المنشورة في الطبعة الورقية، أو أنها تكتفي بوضع نصوص مختارة من هذه الطبعة على مواقعها الالكترونية دون أن تؤسس اقساماً أو ادارات تحرير مستقلة للنسخة الالكترونية كما فعلت صحف عالمية عديدة.

❖ يمكن تقسيم الصحف العربية الإلكترونية إلى ستة انواع هي:

1. نسخ إلكترونية من صحف مطبوعة ورقياً معروفة باسمها وتاريخها، وما تقدمه مجرد نسخة إلكترونية طبق الأصل لما تقدمه الصحيفة الورقية.
2. صحف إلكترونية تحمل اسم الصحيفة الورقية، لكنها تختلف عنها في محتواها وخدماتها وتوجهاتها، وتعتمد على التحديث المستمر واستطلاع الرأي والتفاعلية.
3. صحف إلكترونية ليس لها أصل ورقي.
4. مواقع إعلامية، ويقصد بها الشبكات الإخبارية على الإنترنت ومواقع الأحزاب والتيارات السياسية والاقتصادية.

5. الإذاعات والفضائيات التي تعنى بتقديم تقارير إخبارية صوتية وتقديم خدمات نصية بصور وأشكال إيضاحية وساحة حوار تفاعلي مع المتلقي.
6. مواقع وكالات الأنباء العالمية والعربية التي تقدم خدماتها على شبكة الإنترنت بعدة لغات أو باللغة العربية، وتقدم تغطية لجميع الأحداث العالمية وتعرضها في الموقع، إضافة إلى خدمة الأخبار والمعلومات التي تتواصل بها مع المتلقي عبر البريد الإلكتروني.

إن أكثر ما يهمنا في هذه الوحدة الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي، ومن أمثلة ذلك موقع إيلاف وميدل إيست أونلاين.

يلاحظ أن الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي اثبتت حضورها على المستوى العالمي في مجالات رصد الأحداث وصناعة الخبر وتتبع الحدث، واستطاعت الدخول في منافسة قوية مع الصحافة التقليدية الورقية، واستثمرت عناصر ومؤثرات تعجز الصحافة الورقية عن استخدامها نظراً لطبيعتها.

❖ نظرة العاملين في الصحافة العربية للصحافة الالكترونية:

لقد انقسم العاملون في مجال الصحافة والنشر والإعلام العربي إلى فريقين، متشائم ومتفائل:

1. الفريق المتشائم

يرى هذا الفريق أن الصحافة الإلكترونية لا يمكن أن تكون بديلاً للورقية واهم المعوقات من وجهة نظرهم والتي ستقلل من انتشار الصحف الإلكترونية:

- ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي.
- عزوف الشباب العربي عن القراءة، الأمر الذي يؤدي إلى عدم قراءة الصحف الورقية أصلاً، فكيف الحال بالنسبة للصحف الإلكترونية.
- ارتفاع أسعار أجهزة الحاسوب وخطوط الإنترنت مقارنة بدخول الأفراد.

- عدم إنجاز البنى التحتية لشبكات الاتصال الحديثة في كثير من الدول العربية.
- حاجة الصحف الإلكترونية إلى تقنيات متطورة ذات تكلفة عالية من أجل استمرارها.
- يعتقد الفريق المتشائم أن الصحف الإلكترونية لا تتمتع بالمصداقية الكافية كما هو الحال في الصحافة التقليدية الأمر الذي سيؤدي بالنهاية إلى انصراف القراء عنها بحثاً عن مصداقية الخبر.

2. الفريق المتفائل:

يرى الفريق الثاني المتفائل بمستقبل الصحافة الإلكترونية أن هناك إقبالاً كبيراً من قبل جيل المستقبل وهم الشباب على الصحف الإلكترونية التي أصبحت الوسيلة الأساسية للحصول على الأخبار والمعلومات الحديثة في أي زمان أو مكان بمجرد ضغطة زر، وذلك بعكس الصحف الورقية التي لا يمكنها متابعة الحدث والتفاعل معه بصورة فورية، ناهيك عن مساحة الحرية الكبيرة المتاحة خلالها والتي وجد بها الشباب العربي ضالته المنشودة للتعبير عن آرائه وأفكاره سواء أكانت صحيحة أو خاطئة.

يتمتع الاردن من اتساع هامش الحريات، وتقدم مضطرد في استخدام تقنية الحاسوب وتكنولوجيا الاتصال، فقد كان من الطبيعي أن تنتشر الصحافة الالكترونية، ويزداد تأثيرها واتساعها.

ساهمت الصحافة الالكترونية في الاردن بنقل الاخبار والاحداث، والتعليق عليها بجرأة وصراحة وشفافية، بالاضافة الى سرعة نقل المعلومة، وأضافت طابعاً جديداً ذا نكهة خاصة وبمذاق مختلف في حرية التعبير، كما لفتت أنظار المسؤولين إلى مشاكل الناس، وهمومهم مما ساهم في معالجة العديد من قضاياهم.

دخلت الصحافة الإلكترونية على المشهد الإعلامي في الأردن بصدور وكالة عمون الإخبارية، وهي أول صحيفة إلكترونية أردنية متخصصة إخبارياً أنشئت عام 2006. وظهرت بعد ذلك صحف إخبارية أخرى مثل وكالة أنباء سرايا وموقع خبرني ورم أونلاين والسوسنة، وسما الأردن، ووكالة عمون الإخبارية، وغيرها حتى تجاوز عدد الصحف الالكترونية الآن حاجز المئة.

❖ تشريعات وقوانين الصحافة الالكترونية:

المواقع الإلكترونية في الأردن لا تخضع لقانون المطبوعات والنشر، وليس هناك تشريع خاص بها، ويعزز ذلك أن جميع المواقع الإلكترونية غير مرخصة وفقاً لقانون المطبوعات والنشر، ولا حاجة لأن تطلب ترخيصاً من الدائرة ولا تسمية رئيس تحرير، كما أنه ليس لنقابة الصحفيين الأردنيين علاقة بالمواقع الإلكترونية إلا في حدود ضيقة وفي حال ارتكاب مخالفات من قبل صحفيين صحفيون أعضاء في النقابة حسب القوانين الناظمة لعملها وفي مقدمتها قانون نقابة الصحفيين الاردنيين، وميثاقها الشرف الصحفي، أو يملكون صحفاً إلكترونية أو يعملون بها، فيحاسبون على ما ينشر.

لكن الوضع مختلف في عدد من الدول العربية في التعامل مع الصحافة الالكترونية.فقد أعدت وزارة الثقافة والإعلام السعودية على سبيل المثال مسودة لتنظيم عمل الصحف الإلكترونية سيصار إلى رفعها إلى الجهات المسؤولة لدراستها ووضع آلية تنظيمها، وأغلقت شركة الاتصالات المعنية في البحرين المواقع الإلكترونية، ووضعتها تحت السيطرة لأسباب أمنية وسياسية وأخلاقية، أما الإمارات العربية المتحدة فتتم فيها رقابة المواقع الإلكترونية عبر برنامج وسيط proxy server يعترض سبيل المعلومات بين المصدر والمستقبل لغربلتها ومنع استقبال مواد أو موضوعات أو صور معينة.

في خطوة تعكس الاهتمام بالصحافة الإلكترونية في الأردن تم عام اتحاد المواقع الالكترونية ممثلاً للعاملين في مجال الصحافة الإلكترونية، ولمتابعة القضايا التي تهم المواقع باعتبارها شريكة في صنع القرار، ويضم الاتحاد 48 موقعاً الكترونياً.

❖ نظرة على مضامين الصحف الإلكترونية في الأردن كنموذج:

تشكل الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي الجزء الرئيس في ظاهرة الصحافة الإلكترونية في الأردن، حيث يقارب عددها 100 صحيفة عاملة، أما المواقع التابعة لجهات صحفية ورقية يومية أو أسبوعية فهي محددة بعدد معين، إذ انها 8 بالنسبة للصحف اليومية و11 للأسبوعية الإخبارية، و3 للصحف الحزبية.

وتدل الخدمات والمحتوى المقدم من خلال الصحف الإلكترونية الأردنية على أنها قد طورت لنفسها أهدافاً واضحة؛ كاستخدام الموقع لمزيد من الانتشار الجماهيري عبر استخدام آلية التفاعل الحي مع القارئ؛ من خلال تعليقات القراء، او إعادة نشر أخبارها على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك أو التويتر، أو استخدام الموقع في اجتذاب قراء جدد وشرائح جديدة داخل البلاد أو خارجها.

تتميز الصحف الإلكترونية الأردنية بتوظيف معظم التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإنترنت لصالح الخدمة الصحفية المقدمة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا بث ملفات الصوت والفيديو، والإمكانات الهائلة التي تحققت في مجال تخزين البيانات ونظم البحث في النصوص والمواد المسموعة والمرئية عبر الإنترنت، والسهولة الشديدة في بناء واستخدام الخدمات التفاعلية على المواقع، وهو ما جعل المواقع الصحفية تتوسع في تقديم الخدمات التفاعلية الحية، والبحث التشعبي عبر الموقع، وإمكانية التواصل الحي بين القراء والصحفيين، واستطلاعات الرأي، وغيرها من الخدمات الخاصة بالصحافة الإلكترونية.

- قراءة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية:

إذا كان نجاح الصحيفة الورقية يقاس أساساً بمعيار التوزيع والانتشار بين القراء، فإن معيار قياس نجاح الصحيفة الالكترونية يتمثل في عدد زوارها ومستوى الإقبال على موقعها من قبل مستخدمي الشبكة والمتجولين عليها حول العالم، وهناك العديد من وسائل التحقق من هذا الأمر أغلبها متاح للقائمين على الموقع والمسؤولين عن إدارته، كما هو الحال مع أرقام توزيع النسخ المطبوعة، لكن هناك أيضاً معايير عالمية مفتوحة تقوم بقياس مستوى الإقبال على المواقع وكثافة زوارها، ومن أشهرها المقياس الذي يقدمه موقع اليكسا الشهير الذي يقوم بترتيب مواقع الإنترنت تصاعدياً حسب عدد زوارها، فيضع أكبر موقع في العالم من حيث عدد الزوار في المرتبة الأولى ثم الذي يليه وهكذا، كما يقدم بعض القياسات الأخرى مثل معدل زيارة كل صفحة داخلية، وقد استخدمنا هذا المعيار في قياس معدل انتشار مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية وترتيبها بين المواقع الالكترونية المحلية والعالمية التي يتابعها القراء الاردنيون، وذلك بتاريخ 2011/2/21، فكانت النتيجة كالتالي:

(1) وكالة أنباء سرايا:

- نالت الترتيب التاسع من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا.
- شعارها "حرية سقفها السماء.
- الأخبار المحلية تنال النصيب الأكبر من التغطية، وهي متنوعة أي تغطي الأخبار السياسية والاجتماعية والاقتصادية والرياضية.
- هناك مواضيع خاصة بالموقع تتميز بنوع من الجرأة في الطرح، ويناقش الموقع القضايا التي تهم المواطن في المقام الأول.
- نال الموقع أكبر نسبة زوار وتعليقات بالنسبة للمواقع الإلكترونية الأخرى، وجدير بالذكر أن الأخبار التي تمس الناس بشكل مباشر وتلامس همومهم هي التي يتابعها القراء ويعلقون عليها.

- يلاحظ أن هناك بعض الأخبار التي حجبت عنها التعليقات وهي التي تعالج مواضيعَ حساسة، ويخشى أن يحدث التعليق عليها فتنة بين الناس.

(2) وكالة عمون الإخبارية:

- نالت الترتيب الثاني عشر من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا.
- شعارها "صوت الأغلبية الصامتة".
- ولها عدة زوايا منها: أخبار الأردن، شرق وغرب، أخبار محلية، اقتصاد، والعالم وفلسطين، كتّاب عمون، ومقالات مختارة وهي مقالات نشرت في صحف يومية.
- يلاحظ في الموقع أن هناك شريطاً للأخبار يوافي القراء بمستجدات الأحداث أولا بأول، وأن الأخبار السياسية المحلية تصدرت الصفحة الرئيسة
- يتناول الموقع للأخبار بأسلوب سلس ودقيق العبارة، ويتوجه بالقارئ مباشرة إلى عمق الموضوع
- ان تعليقات القراء تركزت على المواضيع التي تعالج قضايا الشباب
- يلاحظ أن هناك التزاماً بالوضوح والشفافية في التعامل مع الأخبار والآراء والتعليقات وإظهار المصادر الإخبارية والالتزام بحقوق هذه المصادر، كما أنها تبتعد عن الشخصنة وإهانة الرموز والمعتقدات الدينية والحفاظ على خصوصيات الأفراد والجماعات.
- اللون الذي استخدمه الموقع في صفحته هو اللون الأحمر وهو لون الحيوية والحركة وله تأثير قوي على طباع ومزاج الإنسان ويستخدم للتنبيه. (الجميع يعلم أن اللون يقوم بدور هام في عملية تحليل الصورة، فلكل لون دلالة معينة يحاول المعني من خلالها أن يوصل معنى معيناً إلى القارئ).

(3) موقع خبرني:

- نال الترتيب الرابع عشر من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا.
- شعاره "موقع واحد لتعرف الحقيقة".

- تصدرت أهم الأخبار الصدارة.
- يحتوي الموقع عدداً من الزوايا الثابتة منها: آخر الأخبار، زاوية نبض الشارع، مجلس الأمة، من الآخر، زاوية قضايا، وزاوية أقلام، وتتوالى آخر الأخبار بشكل متتابع في أعلى الصفحة
- يلاحظ أن عناوين الأخبار تطرح بشكل ملفت للقارئ
- تنقسم الأخبار التي يتناولها الموقع إلى عدة فئات: سياسية واقتصادية واجتماعية بالإضافة للبرلمانية
- هناك جرأة بالتعليقات من قبل القراء على بعض الموضوعات
- تميز الموقع بالموضوعية في نقل الخبر، والجرأة في انتقاد ومراقبة الخطأ، والانحياز للمواطن، كما انه ملتزم بأدبيات المهنة دون تجريح أو تهويل أو بث للفتنة، وعلى مدار الساعة هناك وجبة طازجة ودسمة من الأخبار والمقالات والتحليلات والكاريكاتير والصور في القطاعات الإخبارية كافة
- استخدم الموقع اللون البرتقالي وهو لون يستثير الطاقة والحماس والتفكير الإيجابي، ويحث على الانتباه، ويستخدم للربط بين الأفكار.

(4) صحيفة السوسنة الأردنية:

- نالت الترتيب الثاني والعشرين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها "صحيفة حرة مستقلة".

(5) وكالة جراسا الإخبارية:

- نالت الترتيب الثالث والثلاثين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها " مرآة الحقيقة "

(6) وكالة زاد الأردن الإخبارية:

- نالت الترتيب الثالث والأربعين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا

- شعارها " تواصل بلا حدود "

(7) موقع رم أونلاين

- نال الترتيب الخامس والستين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعاره " قمر الحقيقة "

(8) وكالة أنباء اجيد

- نالت الترتيب الثالث والسبعين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها "شغب سياسي اجتماعي".

(9) وكالة البوصلة للأنباء

- نالت الترتيب السادس والثمانين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها "مرشدك إلى الحقيقة".

❖ عيوب ومعوقات الصحافة العربية:

- قلة المستخدمين العرب بسبب ما أشرنا اليه من محدودية انتشار تقنية الانترنت وتوزيعه غير المتكافئ في الوطن العربي.
- نقص العاملين من صحفيين ومهنيين وتقنيين ذوو صلة بمهنة الصحافة ويتقنون في الوقت ذاته مهارة اصدار الصحيفة على الانترنيت من الناحيتين التحريرية والتقنية
- النشر التلقائي للخبر الوارد من وكالات الانباء أو من المصادر الاخرى دون تمحيص بمضامين الخبر التي قد تكون غير دقيقة أو غير منسجمة مع الرؤية العربية للاحداث والقضايا المختلفة وهو أمر يعود الى امكانيات البث السريع عبر الانترنيت الذي يغري هذه الصحف على مايبدو الى وضع هذه الاخبار على الشبكة دون تمحيص تحقيقاً لمبدأ الفورية فتقع في خطأ التسرع وعدم

الدقة، وهو أمر لايحصل في الصحافة التقليدية التي توفر للمحرر وقتاً كافياً لمراجعة الخبر وإعادة كتابته، وحتى في التلفزيون أو الاذاعة فهناك، مواعيد ثابتة للنشرات الاخبارية وتقاليد عمل تحد من مثل هذه الاخطاء.

- عدم الدقة في ذكر أسماء المواقع والاماكن والوقائع احياناً.
- حجم الاعلانات في الصحف الالكترونية العربية قليل جداً ولا يدر بالتالي موارد تتلاءم مع احتياجات هذه الصحف المالية لاغراض التشغيل والتقنيات واجور العاملين والكتاب وحجز المواقع على الإنترنيت، الامر الذي يدعو للتساؤل عن مصادر تمويل هذه الصحف، خاصة وانها تعمل من خلال مواقع مجانية.

❖ الصحف الالكترونية المرتبطة بالصحافة التقليدية:

هناك نموذجين رئيسين من الصحف الالكترونية التابعة لصحيفة تقليدية أو وسيلة اعلامية اخرى:

1. الصحف الألكترونية الكاملة On-Line Newspaper وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل أسم الصحيفة الورقية

ويمتاز هذا النوع من الصحف الالكترونية بـ:

- تقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها.
- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت وتكنلوجيا النص الفائق Hypertext مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالاضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والارشيف.
- تقديم خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية والصوتية.

2. **النسخ الالكترونية من الصحف الورقية** ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الاعلانات والربط بالمواقع الأخرى.

❖ **الصحف الإلكترونية تبعا لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية اخرى:**

يقسم الباحث صالح زيد العنزي الصحف الإلكترونية تبعاً لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية قائمة والتي أسماها (المواقع الإعلامية التكميلية) إلى:

أ) **النشر الصحفي الموازي:**

في هذا الشكل يكون النشر الإلكتروني موازيا للنشر المطبوع بحيث تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلانية.

ب) **النشر الصحفي الجزئي:**

وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية ويعمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم.

ج) **النشر الصحفي الإلكتروني الخاص:**

في هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع، حيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر من خلال النشر عبر الإنترنت فقط، وهو ما

يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها، وطرق تنفيذها، ومثال ذلك: صحف إيلاف، الجريدة وغيرها.

- يتميز النوعين الاول والثاني (النشر الصحفي الموازي والنشر الصحفي الجزئي) بما يلي:

- يتصل بهذين النوعين من الصحف المواقع الإخبارية التي تملكها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية كالفضائيات الإخبارية "العربية" و"الجزيرة" وال "BBC " وال "CNN" ونحوها.
- وتتسم مثل هذه المواقع عادة بعدد من المواصفات منها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها، وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة.
- وغالبا فإن "هذا الشكل من الصحف لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وغير رئيسي.

❖ انماط الصحافة الالكترونية:

في ما يلي اهم نماذج الصحافة الالكترونية:

- الصحافة الالكترونية التي تعتمد على نشر النصوص وعلى شاشة التلفزيون ومن نماذجه قنوات المعلومات المتوفرة في اغلب اجهزة التلفزيون.
- الصحافة الالكترونية المنشورة عبر الانترنت.
- الصحافة الالكترونية المنشورة على شبكة المحمول / وتعتمد على ما يسمى بخدمة الويب.
- صحافة الكترونية متاحة على وسيطة عرض خاصة.

الوحدة العاشرة

الإذاعة الإلكترونية

الوحدة العاشرة
الإذاعة الإلكترونية

الاذاعة أو الراديو مر بأوقات عصيبة وأزمات كبرى هددت وجوده واستمراره مع ظهور التليفزيون، وانزوى في ركن صغير وقصر موجاته على عشاق الرياضة والمسافرين والركاب والمراهقين من عشاق الموسيقى، وكبار السن والعواجيز، وظل الراديو يكافح باستماتة لكي يبقى ويستمر عقودا عديدة، حتى كتبت له ولادة جديدة بفضل ثورات الإنترنت والاتصالات.

أصبح الآن بإمكان أي شخص من أن يقيم محطة إذاعية خاصة به تبث أفكاره، وتعزز علاقاته بجمهوره ومحيطه الخارجي، ولم تعد إقامة المحطات الإذاعية قاصرة على الدول والحكومات، فبفضل الإنترنت أصبح بإمكان المدرس والبلدية والشركة والجامعة والمؤسسات والجمعيات الخيرية والأهلية والأحزاب إنشاء محطات الراديو الخاصة بها في غضون ساعات.

يتوازى ظهور راديو الإنترنت مع تطور تكنولوجيا البث المتتابع والتطورات الأخيرة في معدات الصوت، حيث يمكنك الاستماع إلى الكمبيوتر بنفس الطريقة التي استمع بها الجيل السابق إلى جهاز الراديو أو نظام الهاي فاي، وإذا كنت متصلا بالإنترنت، يمكنك التقاط الأصوات من جميع أنحاء العالم.

أدت ثورة راديو الإنترنت إلى ظهور جيل جديد من المستمعين، وجيل جديد من المحطات الإذاعية، وأصبحت جنبات الإنترنت تدوي بالأفكار والمعتقدات والآراء والأصوات المثيرة إذا كنت تعرف أين تجدها أو إذا كنت تجد في نفسك القدرة على طرح أفكار مهمة أو أصوات جديدة؟

❖ تعريف الاذاعة الالكترونية:

الإذاعة الالكترونية أو كما يطلق عليه البعض راديو الإنترنت أو اذاعة الشبكة أو راديو. نت هو مصطلح يشير إلى استخدام الإنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية.

تقنياً فإن المواد الإذاعية المقدمة من خلال الويب أو الإنترنت لا يتم إرسالها عبر خطوط لاسلكية، لذا تطلق التسمية إذاعة ويب.

من مميزات مذياع الشبكة (الإنترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشابكة في أي مكان في العالم.

كما هو الحال في الصحافة التقليدية التي عملت على انشاء صحيفة الكترونية لها، يمكن أن تنشأ محطات الإذاعة التقليدية موقعاً خاصاً بها على الشبكة (الإنترنت)، وتبدأ في بث محتوياتها. وبدأت هذه الفكرة مع نهاية التسعينات، حيث استخدمت محطات الإذاعة التقليدية الإنترنت في بث برامجها وفقراتها في نفس الوقت وبالتزامن مع الأثير الوسيط الأصيل للبث الإذاعي، بمعنى أنه يمكنك الاستماع إلى نفس الفقرة أو البرنامج عبر جهاز الراديو أو عبر الإنترنت في نفس الوقت دون أي تأخير أو إبطاء. ويمر راديو الإنترنت حاليا بثورة ستؤدي إلى توسيع نطاق اتساعه ومداه بحيث يستطيع أي شخص استقبال البث الإذاعي من أي مكان وفي أي وقت.

وأيضاً (وكما هو الحال في الصحافة الالكترونية) فإن العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الإنترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تمتلك محطات إذاعية تقليدية. حيث لم يعد البث الإذاعي عبر الإنترنت يقتصر على المحطات الإذاعية الكبرى بل اتسع الأمر حتى أصبح بإمكان أي شخص أو جهة أو شركة إنشاء محطة راديو عبر الإنترنت، وربما ما زال الكثيرون يذكرون كيف

قام حزب الغد بنقل جلسات محاكمة أيمن نور على الهواء مباشرة عبر محطته الإذاعية عبر الإنترنت، كوسيلة من حشد التأييد الجماهيري والشعبي.

❖ مزايا الإذاعة الالكترونية:

ان ابرز ما يعيب محطات البث الإذاعي التقليدي أمران:

1. النطاق المحدود للبث الإذاعي عبر الأثير والذي يصل إلى 100 ميل.
2. محدودية ترددات البث المتاحة محليا، مما يؤدي أحيانا إلى تداخل القنوات أو ضعف بعضها أو التشويش على البعض الأخر.

وبالمقارنة بين البث الاذاعي التقليدي والبث الإذاعي الالكتروني، تتضح مزايا البث الإذاعي الالكتروني (راديو الإنترنت) ومن أهم هذه المزايا ما يلي:

- انخفاض تكلفة الإدارة والتشغيل:

لا حاجة لاستئجار معدات إليكترونية وأسلاك للتوصيل وخلافه، ولا حاجة لتوظيف تقنيين لإدارة المحطة.

- عدم الحاجة إلى المنافسة على التردد:

بخلاف المحطات الإذاعية التقليدية التي قد تجد منافسة شديدة للحصول على تردد بث اذاعي.

- انتشار البث الى اي مكان في العالم:

البث الاذاعي الالكتروني لا تحده أي عوائق جغرافية، حيث يمكن مثلا سماع راديو كوالالمبور من القاهرة عبر الإنترنت.

يصبح نطاق اتساع راديو الإنترنت محدودا بمدى اتساع فضاء شبكة الإنترنت نفسها؛ فعلى سبيل المثال توجد في شركة Live365 الإذاعية أكثر من 30 ألف محطة إذاعية عبر الإنترنت. ولأنه من الممكن الاستماع إلى البث الإذاعي من الويب في أي مكان في العالم طالما توافرت الوسيلة للاتصال بالإنترنت، فقد أصبح راديو الإنترنت بديلا ممتازا للراديو التقليدي وخاصة بالنسبة للمهاجرين الذين يتوقون إلى أوطانهم الأصلية ويتمسكون بثقافاتهم وتقاليدهم.

- حرية التعبير:

مثلا اصبح بإمكان الاشخاص الذين يعشقون ألوانا من الموسيقى لا توفرها لها محطات الإذاعة المحلية الاستماع الى موسقتهم المفضة في اي وقت واي مكان.

- مرفقات البث:

بالمقارنة بالراديو التقليدي، لا يقتصر راديو الإنترنت على الصوت، حيث يمكن مصاحبة البث الإذاعي عبر الإنترنت بالصور أو الرسومات والنصوص أو الروابط.

- التفاعلية:

يمكن ارفاق البث الاذاعي الالكتروني (كما ذكرنا اعلاه) بالروابط والصور والنصوصكما يمكن وجود غرف الدردشة ولوحات الرسائل، ويتيح هذا التطور للمستمع أن يفعل أكثر من مجرد الاستماع؛ فمن الممكن أن يقوم المستمع الذي يستمع لإعلان عن طابعة أن يطلب شراء هذه الطابعة من خلال رابط على موقع هذه المحطة، وبذلك تصبح العلاقة بين المعلنين والمستهلكين اكثر تفاعلية وحميمية في محطات راديو الإنترنت، ويوسع ذلك من إمكانيات الوسائط بعدة طرق، فمن خلال راديو الإنترنت يمكنك إجراء التدريب أو التعليم وتقديم روابط

للمستندات وخيارات الدفع والسداد، ويمكنك كذلك التفاعل مع المتدرب أو المعلم وغيرها من المعلومات من موقع محطة راديو الإنترنت.

- الخصوصية:

توفر برامج راديو الإنترنت عددا كبيرا من أشكال البث، وخاصة في الموسيقى، فإذا كانت هناك بعض محطات الإذاعة التي احتكرت بث الأغاني وتحاول الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور لفرض أعلى رسوم ممكنة على المعلنين، فإن راديو الإنترنت يتيح الفرصة لتوسيع أنواع البرامج المتاحة. فتكلفة البث الإذاعي عبر الإنترنت أقل بكثير من البث عبر الأثير، ويمكن لمحطات راديو الإنترنت أن تروق لمجتمعات أصغر من المستمعين الذين تستهويهم أنواع معينة من الموسيقى، فمن الممكن مثلا إنشاء محطة إذاعية لهواة عبد الحليم حافظ لا تبث سوى أغاني العندليب الأسمر، ومن الممكن لجمعيات محبي الفنانين إنشاء محطات إذاعية لا تبث سوى الأغاني التي لحنها رياض السنباطي أو محمد عبد الوهاب أو مراد منير أو فريد الأطرش وهكذا.

❖ بداية الإذاعة الالكترونية

- بدأت فكرة إذاعات الإنترنت في أميركا عام 1993 بإذاعة تحمل اسم "انترنت تالك راديو" وكانت تبث لعدد محدود من الساعات على مدار اليوم، حيث أطلق كارل مالاماد برنامج مقابلات عبر الشبكة، يقابل فيها خبيراً تقنياً كل أسبوع وتبث المقابلة عبر الشبكة.
- أول إذاعة إنترنت تبث على مدار اليوم ظهرت ايضا في أميركا ايضا عام 1995 تحت اسم «اتش. كي».
- وكان لافتا أن التخصص انتقل إلى تلك الظاهرة الجديدة نسبيا على الوطن العربي ولم يمنع عصر ثقافة الصورة الذي نعيشه في ما تبثه القنوات الفضائية على مدار الـ24 ساعة، من عودة الاستماع للإذاعات والإقبال عليها، وكأنها استراحة للعين مما تحفل به الصورة نفسها من مشاهد العنف والقتل والجوع

السائدة في الكثير من بلدان العالم وبخاصة الدول النامية، كما يعيد هذا الإقبال لحاسة الأذن فعاليتها في التقاط المشهد بزوايا تأمل خاصة، ويكشف من فكرة المزاج التي ترتبط سيكولوجيا بحاسة السمع، ومن ثم انتقل الكثير من الجمهور من خانة المشاهدين إلى خانة المستمعين إلكترونيا.

❖ تقنية الإذاعة الالكترونية:

كما قلنا سابقا فقد طور كارل مالامود أول محطة راديو إنترنت في التاريخ في عام 1993، واستخدمت محطة مالامود تقنية أسماها MBONE عصب البث المتعدد على الإنترنت باستخدام بروتوكول الإنترنت، وفي فبراير 1995، بدأت أول محطة إذاعية بثها على الإنترنت فقط لمدة أربع وعشرين ساعة، وهي محطة راديو هاجر كوفمان Radio HK وكانت تبث الموسيقى الخاصة بالفرق الموسيقية المستقلة، وبعد فترة لجأت المحطة إلى استخدام أحد خوادم RealAudio الأصلية، وتستخدم محطات البث الإذاعي عبر الإنترنت اليوم تقنيات خدمات الويب مثل Live365 لتواصل بثها لمدة 24 ساعة في اليوم. وفي كل يوم تظهر تقنيات جديدة في نقل الصوت عبر الانترنت تساعد على تطور البث الاذاعي عبر الانترنت.

❖ كيف تنشيء محطة راديو عبر الإنترنت؟

ان ما يميز البث الاذاعي الالكتروني هو انه يمكن لاي شخص هاوي بمعلومات بسيطة في الانترنت والكمبيوتر انشاء اذاعة الكترونية وان كل ما تحتاجه من المستلزمات هي مسلزمات سهل غالحصول عليها وأهمها:

1. مشغل اسطوانات موسيقية.
2. برامج للنسخ تعمل على نسخ مسارات الصوت من اسطوانة الموسيقى إلى وحدة التخزين في الكمبيوتر.
3. برامج تحرير وتسجيل متنوعة.
4. ميكروفون.

5. جهاز أو برنامج لمزج الصوت.
6. أجهزة صوت مثل الموازن والضاغط وغير ذلك.
7. بطاقة صوت رقمي.
8. كمبيوتر دائم ببرامج تشفير.
9. خادم لبث الوسائط.

❖ أهم المواقع المختصة بالبث الاذاعي الالكتروني:

1) موقع Live365:

موقــع (http://www.live365.com) هــو موقــع مخصـص لشبكات ومحطات راديو الإنترنت، حيث يستطيع الأعضاء إنشاء محطاتهم الإذاعية الخاصة بهم أو الاستماع إلى المحطات الإذاعية الأخرى.

في أكتوبر 2005 كان هناك حوالي 7500 محطة إذاعية نشطة في الموقع، وبعضها يخاطب أنواع جديدة ونادرة من الموسيقى قليلا ما تتناولها محطات الراديو التقليدي.

يستطيع المستخدمون ضبط مشغلات الصوت مثل Winamp و iTunes وReal وWindows Media Player وTera Lycos لتشـغيل البــث الإذاعــي لمحطات الإنترنت المشتركة في موقع Live 365 ، ويمكن الاختيار من قوائم مصنفة حسب النوع أو الفئة الموسيقية، ويستطيع المستخدمون التسجيل من خلال عنوان بريد إلكتروني صحيح وتنزيل برامج التشغيل الخاصة بموقع Live 365 التي تتضمن العديد من المزايا الإضافية. وفي النهاية، يقدم الموقع Live365 العضوية المدفوعة، والتي تسمى بالعضوية المتميزة، والتي تتيح لك الاستماع إلى المحطات الإذاعية بدون إعلانات.

يمكن للمستخدمين إنشاء محطات الإذاعة الخاصة بهم من خلال شراء عضوية الإذاعة الخاصة، وتوجد العديد من العروض المختلفة التي تناسب الأغراض المختلفة، فيمكن للأفراد إنشاء قوائم من ملفات الصوت بتنسيقmp3 التي يتم بثها إلى المستمعين، ويوفر الموقع برامج مفيدة لتحميل ملفات mp3 وتحديد بث قوائم التشغيل في أوقات محددة وإتاحة تجربة استماع غنية ومتنوعة.

يستطيع المستخدمون المتقدمون تنزيل البرامج للبث الحي باستخدام كمبيوتر منزلي ووصلة ذات سعة مستقرة وميكروفون ولوحة للمزج، وتتضمن عضويات البث الاحترافي عروض التراخيص ورسوم حقوق الملكية الفكرية، ويستطيع المستخدمون المتقدمون تحويل البث من مصادر خارجية.

2) Last.fm:

لاست اف ام (Lasf.fm): هي خدمة سماع أغاني مركزها المملكة المتحدة. يبلغ عدد المسجلين بها 40 مليون من 160 دولة. يستعمل الموقع خدمة استشارية تسمى بالـ "أوديو سكروبلر(Audioscrobbbler)" تعمل مع مشغل الصوت في الحاسوب أو الهاتف المحمول من أجل معرفة ذوق المستخدم ونصحه بسماع أغاني أخرى قد تروق له. كما بأمكان المستخدم سماع الراديو الخاص بالموقع أو تحويل الموسيقى المسموعة في برامج أخرى مشابهة مثل "سبوتيفاير (Spotifyer) وأماروك (Amarok)" باستخدام برامج مساعدة. كما يقدم الموقع بالإضافة إلى ذلك خدمة الشبكة الاجتماعية.

هذا الموقع أشبه بنظام لانتخاب الموسيقى والأغاني، وقد اندمج هذا الموقع مع موقع Audioscrobbler في اغسطس 2005، وهو أشبه بمرجع تفصيلي للذوق الموسيقي الخاص بكل المستخدمين، حيث يعرض أغانيهم ومطربيهم المفضلين على صفحة قابلة للتخصيص، وتتضمن هذه الصفحة الأغاني التي تم تشغيلها من الموقع والتي تم اختيارها من خلال فلتر مساهمة أو تم تسجيلها بواسطة الأداة المكملة Audioscrobbler في تطبيق تشغيل الموسيقى الخاص بالمستخدمين.

يسـتطيع مسـتخدم الموقـع Last.fm بنـاء مرجـع موسـيقي باسـتخدام طريقتين: من خلال الاستماع للمجموعة الموسيقية الشخصية عبر تطبيق مشغل الموسيقى المزود بالأداة المكملة Audioscrobbler او مـن خلال الاسـتماع لخدمـة راديو الإنترنت Last.fm التي تكون عادة من خلال برنامج مشغل .Last.fm يتم إضـافة الأغـاني الـتي يـتم تشـغيلها إلى سـجل يـتم علـى أساسـه حسـاب الاقتراحـات الموسيقية وتخطيطات بالفنانين (المطربين) والأغاني الشخصية المفضلة، وتعرض صـفحة المسـتخدم الأغـاني الـتي تم تشـغيلها حـديثا والأغـاني المتاحـة مـن خـلال خدمات الويب والتي تتيح للمستخدمين عرضها على سجلات الويب أو كتوقيعات على المنتديات.

- ❖ نظرة على الاذاعة الالكترونية في الوطن العربي:

- في مصر الدكتور أيمن نور، رئيس حزب الغد قد أطلق إذاعة "صوت الحرية"، ليكون بذلك أول حزب مصري يطلق إذاعة عبر الإنترنت.
- وفي مصر ايضا رغم سيطرته على الإعلام الرسمي، فقد دخل الحزب الحاكم السابق سباق الإذاعات الإلكترونية، فدشّن "راديو المصريين"، وكان صفوت الشريف، الأمين العام للحزب سابقا أعلن عبر موقع الحزب على الإنترنت يوم 28 مايو 2005، ان الحزب بصدد إنشاء إذاعة إلكترونية.
- في مصر ايضا وفي محاولة لكسر الحصار الإعلامي المضروب حولها، أطلقت جماعة الإخوان المسلمين — التي كانت محضورة خلال عهد الرئيس السابق – خلال انتخابات برلمانية سابقة، إذاعة "سَما" من مدينة الإسكندرية، كنافذة للدعاية لمرشحيها، كما أطلقت الجماعة يوم 10 أغسطس، إذاعة أخرى للإخوان من مدينة القاهرة، تبث عبر موقعها على الإنترنت.

- اذاعة محيط الالكترونية (كنموذج للاذاعة الالكترونية العربية):

إذاعة محيط هي اذاعة الكترونية مصرية بدأت البث عام 1998، بعد فترة من تدشين موقعنا الذي كان اوائل المواقع الإخبارية العربية على الانترنت.

تسعى هذه الاذاعة للعمل بمهنية وحيادية. فمع الموقع الإخباري الشامل تسعى هذه الاذاعة مخاطبة العالم.

في اذاعة محيط اكثر من 14 مذيعاً ومقدماً للبرامج، وقبل البث، عقدت الاذاعة دورات تدريبية للعاملين بها لمدّهم بجرعات تدريبية في فنون الإعلام الإذاعي، أشرف عليها مُذيعون من ذوي الخبرات الكبيرة، من العاملين في الإذاعة المصرية، بإذاعات "صوت العرب "و"البرنامج العام"، ويشير المُشرف على هذه الاذاعة إلى ان إذاعة مُحيط تعمل بنظام "الإذاعة حسب اختيار المستمع"، فيُمكن للمستمع الدخول إلى الموقع واختيار القسم الذي يهتم بمتابعة أخباره، سياسي واقتصادي واجتماعي ورياضي، ...إلخ، ثم يختار البرنامج الذي يودُّ الاستماع إليه في الوقت المناسب له، لأن برامجنا تقدَّم مُسجلة، ويتم "ارشفتها"، حسب القسم والبرنامج".

كما ويُوضّح المُشرف أن الإذاعة الآن متوقّفة، "لأننا نُعيد تطويرها بشكل كامل، لتخرج بعدها في ثوب جديد، كما نفكر في استخدام تكنولوجيا ما يعرف اختصاراً بـ(T.T.P)، لتحويل النص إلى صوت، وبعد سينحصر دور المذيعين في إجراء مقابلات وعمل ريبورتاجات فقط، لأن الأخبار ستُقرأ بنظام القارئ الآلي، كما نسعى للحصول على تكنولوجيا (P.T.T) العكسية، باهظة الثمن، لإتمام مشروع الأرشفة والتوثيق الإذاعي والتلفزيوني".

الوحدة الحادية عشر

التلفزيون الإلكتروني
(تلفزيون الإنترنت)

الوحدة الحادية عشر

التلفزيون الإلكتروني (تلفزيون الإنترنت)

تحتوي هذه الوحدة على:

- الباب الاول: تلفزيون الانترنت
- الباب الثاني: يوتيوب ودوره في الاعلام

الباب الأول: تلفزيون الانترنت

مع التقدم السريع في تقنيات الإنترنت وسرعاته، ساهم في تغيير خارطة الترفيه المنزلي التقليدية، ليمسي الإنترنت هو المصدر الأول للترفيه المنزلي تقريباً، صاحب هذا التحول اعلان العديد من القنوات الشهيرة عن تقديم خدمات البث المباشر عن طريق الإنترنت، وبث الفعاليات المختلفة كذلك، ليبرز مصطلح (تلفزيون الإنترنت).

❖ ماهو تلفزيون الانترنت؟

مع التوسع في مجال الاعلام المرئي وانتقاله لنسخة اكثر عصرية وتفاعلية، التبس هذا المفهوم على العديد غير ان المعنى الأساسي له هو امكانية بث ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الانترنت، سواء كانت هذه المواد مسجلة او مباشرة.

ليتضح هذا المفهوم بصورة اكبر يجب معرفة الية البث والتي تعرف باسم البث التلفزيوني عبر الانترنت او IPTV وتتم باستخدام بروتوكول الإنترنت (IP) عبر شبكات الكمبيوتر ودون الحاجة الى الاستعانة بالاقمار الصناعية، والفرق الأساسي بين نظام IPTV ونظم التلفزيون التقليدية هو استخدام شبكات الكمبيوتر بدل طرق البث التقليدية لإيصال المادة المرئية للمشاهد.

- مشاهدة مجانية وخدمات تفاعلية:

يتيح البث التلفزيوني عبر الانترنت مزايا عديدة منها الخدمات التفاعلية المجانية والتي تشمل الحصول على جدول البث ومواعيد البرامج بالإضافة خدمة التذكير والتسجيل، مع اتاحة خدمة المشاهدة حسب الطلب، وتجدر الاشارة الى ان هذا البث يتيح نقل فعاليات مباشرة عبر الانترنت ولعل من ابرزها مؤخراً في المملكة، (مزاد عذبة للخيول – athbahauction.com) و(فعاليات تيدكس – tedxarabia.com) ومؤتمر (عرب نت – arabnet.me).

❖ أشكال البث التلفزوني عبر الانترنت:

يمكن تصنيف المشاهدة عبر الانترنت بحسب المادة المعدة وطريقة استقبالها وبثها لتشمل ثلاث انواع رئيسية هي:

1) المشاهدة المباشرة TV Onlain

ويمثل المشاهدة عبر الانترنت بابسط صورها فعبر تطبيقات الكترونية او مواقع متخصصة توفرهذه الخدمة، يمكن مشاهدة القنوات التلفزيونية اومتابعة البث المباشر للفعاليات المنقولة، كما ان العديد من القنوات الفضائية اتجهت مؤخرا لبث برامجها عبر مواقعها الالكترونية، وغالبا ماتكون هذه الخدمة متاحة مجانا في المواقع الالكترونية للقنوات الاخبارية، ويمكن مشاهدة عبر الكمبيوتر مباشرة.

من الامثلة على القنوات العربية التي اتاحت هذه الخدمة

- قناة BBC العربية على موقعها www.bbcarabic.com
- قناة العربية التابعة لمجموعة MBC على موقعها www.alarabiya.net/live
- قناة الجزيرة الفضائية www.aljazeera.net/channel/livestreaming

2) مشاهدة البرامج المسجلة Catch up TV

هي مشاهدة البرامج التلفزيونية بعد موعد بثها الاساسي، اي انها تكون مسجلة وغير مباشرة وذلك عبر مواقع الكترونية متخصصة بتوفيرهذه المواد لفترات طويلة او قصيرة تصل لسبعة ايام (اشبة بمكتبة او ارشيف)، كما ان العديد من القنوات الفضائية تعمد الى تخصيص اقسام عبر مواقعها الالكترونية لتوفير هذه المواد بهدف التفاعل مع المشاهدين ولحفظ حقوق النشر ولعل من اشهر المواقع التي تقدم هذه الخدمة:

- موقع IPlayer الخاص بقناة bbc البريطانية على وقع www.bbc.co.uk/iplayer/tv
- موقع شاهد نت لبث برامج ومسلسلات قنوات mbc على الموقع shahid.mbc.net
- موقع مؤسسة دبي للإعلام على الموقع www.dubaimedia.ae

3) خدمة المشاهدة حسب الطلب Video on Demand:

وهي احدى الخدمات التفاعلية التي يتيحها نظام البث التلفزيوني عبر الانترنت وغالبا ما تقدم برسوم مالية، حيث تتيح للمستخدمين شراء البرامج التلفزيونية اوالمباريات الحصرية والتي تبث عبر القنوات المشفرة وتعرف Pay Per View او شراء افلام سينمائية لمشاهدتها في المنزل، وبعد شراء البرنامج يتم تشغيله على التلفاز مباشرةً، أو تسجيله إلى المسجل الرقمي المستأجر من مزود الخدمة أو تحميله على الكمبيوتر للمشاهدة في وقت لاحق، ولعل من اشهر المواقع العالمية التي التي تقدم هذه الخدمة هي:

- نت فليكس على الموقع www.netflix.com
- متجر امازون على الموقع www.amazon.com/gp/video

❖ طرق مشاهدة تلفزيون الانترنت:

يمكن مشاهدة تلفزيون الانترنت من خلال العديد من الطرق المختلفة ويعد الكمبيوتر بنوعيه المكتبي والمحمول الطريقة الاكثر شيوعا وذلك بالمشاهدة المباشرة من خلالهما او عبر وصلهما بالتلفزيون العادي، وكل ماعليك فعله هو شراء توصيلة فيديو كمبيوتر والذي يعرف بسلك S-Video ووصل التلفزيون بالحاسب من خلالها، كما با بالامكان المشاهدة عبر الهاتف المحمول مثل اي فون او البلاك بيري.

الباب الثاني: يوتيوب ودوره في الاعلام

- تعريف اليوتيوب:

يوتيوب (YouTube) هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

تأسس في 14 فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برونو، سان ماتيو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية.

ويستخدم تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها. وهو حالياً مزود بـ 67 موظف. في اكتوبر 2006 اعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي ,أي ما يعادل 1.31 مليار يورو. وهو يعتبر من مواقع ويب 2.0.

اختارت مجلة "تايم" الأمريكية موقع يوتيوب على الإنترنت رجل عام 2006 لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع.

- **أول فيديو على اليوتيوب:**

يعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان (أنا في حديقة الحيوان (Me at the zoo)

- **اليوتيوب بأرقام:**

- بحسب موقع Alexa، يوتوب هو حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيس بوك وجوجل.
- في يوليو 2006، صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يومياً.
- في شهر يناير 2008 فقط، 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم
- في أغسطس 2006، ذكرت الوول ستريت جورنال بأن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت.
- في 2007، استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات (bandwidth) مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000.
- يتم رفع 13 ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة.
- في مارس 2008، قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً

- **التأثير الاجتماعي لليوتيوب:**

بعد إطلاق يوتوب أصبح من السهل نشر الأفلام ليشاهدها المستخدمون حول العالم. وأصبح العديد من الهواة مثل الكوميديين والسياسيين والموسيقيين الذين ينشرون مقاطع مصورة بشكل مستمر، مثل بات كوندل(en)

ويعتقد ان فيديو بيبي (baby) للمغني جاستن بيبر هو أكثر الفيديوهات مشاهدة على موقع اليوتيوب، بعدد يزيد عن 800 مليون شخص.

الاّ انّ فيديو المغني الكوري الجنوبي ساي "جانجام ستايل(PSY gangam style) تجاوزه يوم 24 نوفمبر 2012 بحصوله على مليار مشاهدة.

- شروط الخدمة:

لا يسمح في يوتيوب وضع أفلام لها حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل. كما لا يسمح بوضع الأفلام الإباحية، أو الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة، أو الأفلام الفاضحة، أو الإعلانات التجارية، أو الأفلام التي تشجع على الإجرام.

- التقنية المستخدمة في اليوتيوب:

يستخدم يوتوب لتقنية أدوبي فلاش لعرض الأفلام. يتطلب مشاهدة الأفلام تحميل البرنامج المشغل لفلاش، رغم أن الشركة تذكر بأن البرنامج موجود حالياً في حوالي 90٪ من أجهزة الحاسب في العالم التي تستخدم لتصفح الإنترنت. تحول يوتوب الأفلام المرسلة إليها إلى امتداد FLV أو فلاش فيديو.

لا يمكن تنزيل الفيلم مباشرة من الموقع، ولكن يمكن استخدام برامج أو وصلات خارجية لذلك. يمكن تشغيل ملفات FLV في الكمبيوتر عن طريق عدة برامج منها جوم بلاير، وجتاش، وVLC، وغيرها. كما أتاح الموقع نسخة HTML5 من المشغل بصيغة فيديو وب إم وصوت فريس للمتصفحات التي تدعم تلك التقنيات.

الملفات المرسلة ليوتوب يجب أن لا يزيد طولها عن 15 دقيقة للمستخدمين الجدد ولكن يمكن ان تزيد المدة للمستخدمين الاخرين، وأن لا يزيد حجمها على 1 جيجابايت (1024ميجابايت). يمكن رفع الملفات ذات الامتدادات التالية: WMV، وAVI، وMOV، وMPEG، وMP4، و3.GP يمكن رفع الأفلام ذات

الامتداد GP 3 من الهاتف النقال مباشرة عن طريق الموقع الخاص بالهواتف وهو "m.youtube.com".

- **الصوت في اليوتيوب:**

تحتوي الملفات المرفوعة في يوتوب على صوتيات بصيغة MP3 وبشكل افتراضي يكون نظام الصوت فردي (mono)، مع معدل 64 كيلوبت للثانية، مع تخفيض الإشارة الصوتية (sampling) إلى 22050 هرتز.

- **جودة الأفلام في اليوتيوب:**

أبعاد الأفلام بشكل افتراضي تكون 320 × 240 بكسل، وتستخدم مرماز (codec)سورنسون سبارك .H.263 معدل البت لإشارة الفيديو هو حوالي 314 كيلوبت لكل ثانية، أما معدل الصور او الإطار (frame rate) فيعتمد على الملف المرفوع.

في مارس 2008 اطلق الموقع خاصية جديدة تسمح برفع ملفات أفضل جودة، ويتم عرضها بأبعاد 480 × 360 بكسل. واطلقت جودات أخرى وهي p720 وp1080 كما تم إضافة تقنية عالي الوضوح HD وتم إضافة تقنية 3D اي مشاهدة المقاطع بالتقنية الثلاثية الابعاد وحاليا يمكن عرض الافلام بدقة ال 4 k وهي دقة كبيرة جدا وشديدة الوضوح.

- **دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الالكتروني:**

لموقع اليوتيوب حضوراً قوياً في الساحة الإعلامية، فاسمه يتردد صداه في الكثير من البرامج السياسية، كبطل أساسي في العديد من القصص الخبرية والفقرات التليفزيونية والإذاعية والموضوعات الصحفية، وكمصدر للأخبار والمعلومات والآراء، حيث وكما ذكرنا بات الموقع الذي تأسس عام 2005 بكاليفورنيا، يحتل المرتبة الثالثة عالمياً من حيث معدلات الدخول عليه، حتى أصبح

أيقونة متكررة كأكبر اسم مطبوع على ازرار الحواسيب في كل التاريخ البشري (تريليون إدخال حتى الآن).

لقد تحول اليوتيوب إلى ما يشبه الأرشيف المصور لأهم ما تعرضه القنوات التلفزيونية وحتى لغيرها من الوسائل الاعلامية، ووسيلة اتصال جماهيرية فائقة الذيوع، فهو أقرب إلى تلفزيون الناس People TV، ولايكاد يحدث حدث في العالم إلا وترصده كاميرات مستخدمي اليوتيوب، وما أن يسمع الناس بهذا الحدث حتى يهرعوا لليوتيوب بحثاً عن تفاصيله، حتى أصبح ساحة مفتوحة للتعبير عن الآراء وتبادل المعلومات.

من ناحيتها بدأت بعض القنوات التليفزيونية في تخصيص برامج خاصة قائمة أساسًا على ما يتم بثه عبر اليوتيوب مثل برنامج وثائقية الويب web documentary في القناة الفرنسية، وكذلك تفعل قناة الـ CNN وغيرها من القنوات.

لقد تزايدت اهمية اليوتيوب مع إندلاع أحداث الربيع العربي، حيث اعتمده الكثير من الثوار سلاحًا معنوياً في تحقيق مطاليهم ووسيلة لتوصيل أصواتهم لشعوبهم، وفضحًا لممارسات تحرص السلطات على التعتيم عليها، فضلاً عن كونها وسيلة مرتبطة بالجيل الجديد من الشباب، المرتبط بالتكنولوجيا، كهواية واحتراف، ووسيلة سياسية، وأيضاً ترفيهية وثقافية.

كما هو معروف فإن اليويتوب ظهر مع تطور الإنترنت، وتقدم برمجياتها، وتزايد الاعتماد على ما يعرف بالويب، كما ظهر في إطار إنتشار أنواع مسميات جديدة من العمل الصحفي مثل: صحافة المواطن، وصحافة المشاركة، وصحافة الويب، والتي تتيح لأي مواطن ممارسة حقوقه الإعلامية في إرسال واستقبال ما يعن له من مواد وأخبار وآراء، فضلاً عن إتساع رقعة الإنترنت وانتشارها عالميًا وتزايد عدد مستخدميها، وتطور بنيتها التحتية، وتراجع أسعار التكنولوجيا، وزيادة معدلات الإندماج بين وسائل الاتصال من إنترنت وكمبيوتر وأجهزة محمولة وأقمار صناعية

ومساعدات تكنولوجية، بحيث أصبح من اليسير تنقل الأخبار والمعلومات ما بين هذه الوسائل لإعتمادها على الرقمنة سواء في النصوص أو الصور أو الفيديوهات، وأصبح من اليسير على أي مواطن أن يمارس مهنة العمل الصحفي عن طريق جهاز الموبايل الخاص به مثلاً، سواء في التقاط صورة أو فيديو وتحريرهما، وكتابة نص ملحق بهما، ثم إرساله عبر بريده اليكتروني وتحميله على موقع اليوتيوب.

لقد أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية تستخدم اليوتيويب كمنابر إضافية لها للوصول لجمهورها المستهدف، فمثلاً لقناة الجزيرة وصحيفة القدس العربي مساحة خاصة على اليوتيوب تبث فيها أعمالها بالإضافة لمواقعها، وتقوم قنوات فضائية وشبكات تليفزيونية شهيرة بنفس الشئ مثل السي جي سي.

- **ميزات اليوتيوب:**

ويتميز اليوتيوب بمقومات فريدة من نوعها تدعم مكانته كوسيلة إتصالية من بينها:

- ضخامة مساحته التخرينية.
- مجانيته.
- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإليكترونية.
- إمكانية استقباله على أجهزة إليكترونية متعددة.
- تنوع وتعدد مستخدميه.
- كثره خياراته ومواده.
- سماحه لمستخدميه بمساحة حرية كبيرة.
- عدم وجود رقابة عليها (إلا فيما يتعلق ببعض الجوانب الأخلاقية أحياناً).
- إمكانية استخدامه كوسيلة تسويقية وإعلانية وترويجية، وفي الحملات السياسية مثلما فعل أوباما أثناء فترة الأنتخابات الرئاسية، حيث خص اليوتيوب ببعض اخباره وخطبه، قبل أن يتم بثها عبر الوسائل الأخرى، وكما

فعلت ملكة بريطانيا في عام 2007 ببث رسالتها السنوية عبره، وكذلك فعلت هيلاري كلينتون عند إعلانها لترشحها لسباق الرئاسة.

- **اليوتيوب ووسائل الاعلام:**

مع تزايد أهمية اليوتيوب، وزيادة عدد مستخدميه، وارتفاع دوي اسمه في العالم، باتت وسائل الإعلام تعتمد عليه كمصدر للأخبار بإعتبار أن العديد من الجهات (رسمية وغير رسمية، هواة، وجمهور عام) تقوم بتحميل مواد وآراء وأفلام ومقاطع فيديويه وصوتية على الموقع، وينفرد بعضها بتوثيق أحداث وأخبار وموضوعات لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية القيام بها، كما يتوافر على الموقع إمكانية معرفة آراء جماعات وأفراد يصعب على وسائل الإعلام الوصول إليهم، فضلاً عن أن مساحة الحرية التي يتمتع بها اليوتيوب تسمح لوسائل الإعلام بالتعرف على وجهات نظر بديلة ومغايرة عما ألفته، وكذلك يأتي اهتمام وسائل الإعلام باليوتيوب في إطار تجاوبها مع اهتمامات جمهوره، الذي أصبح يقضي جزء كبير من وقته على الإنترنت.

ومن ثم تعددت العوامل التي دفعت بوسائل الإعلام نحو إيلاء اهتمام متزايد باليوتيوب، حيث بدأ بعضها بعقد اتفاقات مع الموقع، لبث بعض مواده، ولإقتسام جزء من الإيرادات، كما بدأ بعضها يشتري مساحة على الموقع كمنبر إضافي له، وقام البعض الأخر بتخصيص مندوب صحفي لمتابعة ما يبث على اليوتيوب، بل وخصصت بعض القنوات برامج خاصة لإعادة بث مواد اليوتيوب.

ومع تزايد الاهتمام باليوتيوب كوسيلة للتعبير والاحتجاج السياسي، وإنفراده ببث لقطات ومشاهد لأحداث لم تظهر على شاشات وصفحات وسائل الإعلام الأخرى، ولجوء بعض النشطاء السياسي لليوتيوب كوسيلة للحشد والاحتجاج، مع تصاعد حدة الأحداث السياسية في العالم وفي المنطقة العربية، بدأت البرامج السياسية تهتم باليويتوب كمادة وثائقية ومصدر معلوماتي ضمن تقاريرها وبرامجها، بل وأصبحت تدار برامج توك شو حول لقطات تم استقائها من

اليويتوب، والذي نجح في إشعال فتيل الكثير من الأحداث، مثل ذلك المشهد الذي تم بثه على اليويتوب مؤخراً لضابط مصري يهنئه جنوده لنجاحه في إصابة عين صبي أثناء أحداث 19 نوفمبر الحالي في مصر.

- **المصداقية في اليوتيوب:**

وبالرغم من هذه الأهمية المتزايدة لليوتيوب، فلا تزال تثار العديد من الأسئلة حول مدى مصداقية الإعتماد على مشاهد ولقطات إنتجها (هاو أو شاهد عيان) غير محترف إعلامياً، وله تحيزاته الخاصة، أو قد يكون وراءها مصادر مجهولة ذات مصالح خاصة، فضلاً عن إمكانية تحويرها وتشويها وحذف مقاطع منها وإضافة مقاطع أخرى، مثل الفيديو الذي ظهر مؤخراً لرئيس المخابرات المصري السابق عمر سليمان والذي علن فيه على خلاف الحقيقة تنحي المجلس العسكري وتسليم السلطة لمبارك، والعكس كان هو الصحيح، فضلاً عن الإنتقادات الفنية المتعلقة بمحدودية زاوية التصوير، ورداءة بعض اللقطات فنياً.

ولكن بالرغم من هذه الانتقادات، فإن لوسائل الإعلام أساليبها في تقصي المواد المستقاة من اليويتويب والتأكد من صحتها؛ وكذلك، فإن فتح المجال للهواة وشهود العيان، إنما يمثل بداية تحول جديد في عالم الإعلام، يعتمد على تمكين المواطن العادي من التمتع بحقوقه الإعلامية القائمة على حق الإرسال والإستقبال للمعلومات، على أمل أن تتزايد قدراته الإعلامية مستقبلاً ليصبح أكثر دارية بأخلاقيات العمل الإعلامي، كما إن إنفراد اليوتيوب ببعض اللقطات يجعل من الصعب الإستغناء عنه. فالمستقبل لا يزال يحمل الكثير لليوتيوب، فمنافسوه يتزايدون، وقدرته على البث المباشر تتسارع، وعدد مستخدميه يتكاثرون، وإندماجه مع الوسائط الأخرى تتصاعد، وحاجة وسائل الإعلام له تتطور وخاصة مع تتابع الأحداث السياسية، نعم لقد حان الوقت ليكون لك "يوتيوب" خاص بك.

❖ أشخاص اشتهروا عبر اليوتوب:

فتح الموقع الباب على مصراعيه أمام العشرات من الاشخاص ممن نشروا مواهبهم الأدبية والفنية والكوميدية والتنشيطية مما حقق لهم شهرة كاسحة، من أهمهم:

- جاستن بيبر:

جستين بيبر (Justin Bieber) هو مغني بوب/ريذم أند بلوز كندي مقيم في اتلانتا، جورجيا في الولايات المتحدة ولد في 1مارس 1994 بدأ الغناء عام 2009 كانت بدايته في الغناء عن طريق موقع يوتيوب حيث اكتشفه هناك سكوتر براون والذي أصبح مدير أعماله مستقبلاً وجلبه إلى الولايات المتحدة. وكان المغني الشهير أشر أول من ساعده للوصول إلى طريق النجومية.

- ريمي غايار:

ريمي غايار كوميدي فرنسي ولد في مونبيلييه في 7فبراير1975 اشتهر بمقاطعه الكوميدية التي نشرها بداية على موقع اليوتيوب والمستوحاة من أعمال الكوميديين باستر كيتون وشارلي شابلن والتي حققت نجاحاً كبيراً وارقام مشاهدة قياسية وهذه المقاطع هي مقاطع كوميدية صامتة يستخدم فيها مقالب ومواقف غريبة مستعيناً في أغلب الأحيان بوسائل وملابس تنكرية.

- كودي سيمبسون:

كودي روبرت سيمبسون (ولد في 11 يناير 1997)، مغني بوب أسترالي من جولد كوست، كوينزلاند يعيش حاليا في الولايات المتحدة.

- كينان كاهيل.
- باسم يوسف:

باسم يوسف 21/مارس /1974هو طبيب جراح مصري ومقدم برنامج سياسي ساخر، اشتهر عبر تقديم برنامجه "البرنامج" المذاع على قناة اون تي في قبل الانتقال لقناة سي بي سي في نوفمبر 2012 لتقديم ذات البرنامج. يحاكي برنامجه التلفزيوني البرنامج الأمريكي (ذا دايلي شو) الذي يقدمه الناقد الساخر جون ستيوارت.

بدأ باسم يوسف تقديم برامج الهجاء السياسي عن طريق الانترنت بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير من خلال برنامج باسم يوسف شو الذي بدأ عرضه على موقع يوتيوب يوم 8 مارس 2011. تم عرض أكثر من 108 حلقه من البرنامج. وبلغت مشاهدات حلقات البرنامج أكثر من 15 مليون مشاهدة:

- تيرا ناومي.
- ري ويليام جونسون.
- أوستن ماهون.
- عادل المقرن.
- ابراهيم صالح.
- بدر صالح.

بدر صالح (4 مايو 1984)، ممثل كوميدي سعودي. من مواليد مدينة جدة في السعودية. وهو صاحب برنامج إيش اللي الذي يتصدر البرامج السعودية على موقع يوتيوب وأكثر البرامج إشتراكاً ومشاهدة في المملكة العربية السعودية.

- علي الكلثمي.
- فهد البتيري.
- هادي الشيباني.

- التمساح (كاريكاتير):

التمساح شخصية كراكترية ساخرة يقوم بأدائها إبراهيم الخير الله اشتهرت في البداية مع برنامج لا يكثر كشخصية ثانوية ثم انفصل لاحقاً عن لا يكثر بطريقة كوميدية وبدأ بانشاء برنامجه الكوميدي الخاص المعروف باسم التمساح (Temsa7LY) وحقق برنامجه الخاص شهرة عريضة على مستوى المملكة والخليج بشكل عام.

- أيوب التمايتي.
- عمر حسين.

وغيرهم الكثير.

الوحدة الثانية عشر

الأرشيف الالكتروني

الوحدة الثانية عشر
الأرشيف الإلكتروني

يمثل الأرشيف أداة الحفاظ على التراث واسترجاعه للاستفادة منه في الحضر إلا انه يواجه تحديات التطورات التقنية لهذا يجب تحديث عرض الوثائق واسترجاعها لتحسين شروط البحث الذي ينبني على المعرفة الموضوعية القائمة على الوثائق، مما يستوجب التفكير الجدي في ملائمة هذا الأرشيف مع التطورات التي يعرفها البحث العلمي القائم على المعلومات.

❖ **تعريف الارشفة والارشفة الالكترونية:**

- **الأرشيف:**

ذاكرة البشرية وذاكرة الدولة وذاكرة الإدارة معاً وهو في وضعيته المعاصرة يتقاطع مع المفهوم الذي التصق بالأرشيف في الماضي وبالقائمين عليه حيث أصبح يمثل اليوم العنصر الأساسي في الإدارة وأعتبر ان الأرشيف هو اللبنة الأولى التي يعتمد عليها في عملية اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب.

- **الأرشفة الإلكترونية:**

(أو كما يطلق عليها كذلك الأرشفة الآلية) (نظم إدارة الوثائق) وهي إمكانية تصوير وفهرسة الوثائق وتحويل بياناتها وفي ذات الوقت توفر للمستخدم طرق كثيرة لإسترجاعها والإطلاع عليها وتداولها إلكترونياً بسهولة. يتيح نظام الارشفة الالكترونية أرشفة الوثائق والاحتفاظ بها على شكل ملفات الكترونية مما يسمح باستغلال الاماكن المخصصة لحفظ الوثائق الورقية واستخدامها لأمور حيوية اخرى ولزيادة فاعلية انظمة الأرشفة الإلكترونية إمكانية تطبيقها على مستوى الشبكة الداخلية في الإدارة وإمكانية توسيعها في المستقبل دون أي عائق

بحيث يمكن لكل مستخدم استعراض الوثائق حسب الصلاحيات الممنوحة له من قبل مدير النظام.

❖ أهمية الارشفة الالكترونية:

يعتبر الأرشيف وسيلة عمل، وأداة تسيير للمؤسسات على غرار الموارد الأخرى سواء أكانت بشرية أم مالية أم مادية؛ والتحكم في تسيير الأرشيف ينعكس إيجابياً على حسن التسيير للمؤسسات مهما كان مجال تخصصها.

تظهر اهمية حفظ الوثائق بالنسبة للمنتجة الحفاظ على ذاكرتها بعد توقف نشاطها وتظهر الحاجة للأرشيفات الإلكترونية من خلال:

1. تضخم حجم الوثائق والمعطيات المنتجة.
2. النهضة التكنولوجية وتطبيقاتها.
3. تطوير التشريعات القانونية.

❖ ركائز الارشفة الالكترونية:

وأهم الركيزتين التي يقوم عليها الأرشيف الإلكتروني:

أ) بناء ذاكره مؤسساتية تكاملية عن طريق:

- تجميع موارد المؤسسة ومراكز المعلومات بصورة متكاملة.
- إتاحة المعلومات طوال الوقت.
- متابعة تنفيذ الأعمال.
- توفير التقارير والإحصائيات لمتخذي القرار.

ب) تطوير أسلوب أداء الأعمال:

- التحول من مجتمع ورقي إلى مجتمع إلكتروني.

- تنمية مهارات وقدرات الموظفين.
- تغير ثقافة الموظفين.

وتظهر مهام الأرشيف الإلكتروني للمستفيدين في عصر المعلومات الذي يشهد توجها متزايدا نحو دعم حق الجمهور بالإطلاع على المعلومات والوثائق الرسمية ولا تستطيع دور الأرشيف بطرقها التقليدية تقدم هذه الخدمات على نطاق واسع وفي حين توفر البيئة الالكترونية إطلاع عدد غير محدد من الناس في جميع انحاء العالم على الوثيقة ويعزز الأرشيف الإلكتروني توجه الحكومات نحو النظام الالكتروني

وتظهر مهام أخرى للأرشيف الالكتروني على الوثائق ولقد توسعت مهام الأرشيف فلم تعد سلطته بالوثائق محصورة بالورقية بل توسعت لتشتمل الوثائق الالكترونية حيث ان معظم الحكومات اتجهت نحو رقمنه أعمالها بشكل كامل وأصبحت الوثيقة الالكترونية هي الأصل والنسخة الورقية مجرد صورة الأصل وأصبحت عملية نقل هذه الوثائق بشكلها الالكتروني وضمها للأرشيف الوطني أمر بسيط وسهلا.

❖ مزايا الارشفة الالكترونية:

تطور في الفترة المعاصرة وبشكل كبير استعمال التكنولوجيا والمعلوميات في الحياة الاجتماعية والثقافية، وبدأت مراكز الوثائق والأرشيف والمكتبات الوطنية لاعتماد النظم الرقمية التي توفرها المعلوميات ونوجز مزاياها فيما يلي:

1. المساعدة في الحفاظ على الوثائق النادرة والسريعة العطب من دون حجب الوصول إليها من الراغبين في دراستها.
2. إظهار تفاصيل لا يمكن رؤيتها مباشرة على الوثيقة لا تظهر على المخطوط بسهولة حيث يستطيع الباحثون تفحص المخطوطة على الانترنيت بينما تبقى المخطوطة محفوظة بأمان في مكتبة.

3. سهولة استرجاع واستخدام الوثيقة وفقا للموضوع أو المنطقة الجغرافية أو الشخصية أو التسلسل الزمني أو للجهة التي صدرت عنها الوثيقة لا تتوفر في طرق التصنيف اليدوية.
4. عندما تحول الوثائق إلى الشكل الرقمي يمكن للمرء استرجاعها في ثوان، بدلا من عدة دقائق. كما يمكن لعدد كبير من الأشخاص قراءة الوثيقة الواحدة في الوقت نفسه، يمكن للباحثين الاطلاع عليها عبر الانترنيت بدل الحضور شخصيا إلى دار الوثائق ومكابدة مشاق السفر.
5. التوفير في مكان التخزين،حيث أن النسخ الالكترونية تشغل حيزا بسيطا وصغيرا في المجال.

❖ أدوات إنشاء الأرشيف الإلكتروني:

للتحول الى الارشفة الالكترونية بعض المتطلبات وأهمها:

1. الأجهزة والالات Hardware:

وتشمل الماسحات الضوئية، الحاسب الآلي، الطابعات والخوادم وغيرها، حيث يتم مسح الوثائق ومعالجة تخزينها في وسائط الكترونية.

وتختلف تجهيزات نظام الأرشفة باختلاف حجم الوثائق والغرض المطلوب من نظام الأرشفة ويمكن إيجاز مواصفات هذه التجهيزات فيما يلي:

- نظام استثمار أرشيف محدود جاهز مبنى حول حاسوب يمكن أن يتألف من حاسوب شخص مزود بقارئ CD-ROM مع مجموعة من الأقراص، الليزرية التي تحتوي صور الأرشيف الجاهز وتكون تكلفة مثل هذا النظام محدودة.
- نظام إدخال واسترجاع مزود بوسائل إدخال الوثائق النصية (الماسحات الضوئية) ووسائل استرجاعها (مخططات عمل حاسوبية وهذه الوسائل

والمحيطات مربوطة على شبكة محلية بحيث يتضمن النظام عدة محطات إدخال وعدة محطات استعراض.

2. البرامج Software:

مثل نظام بايت كويست ByteQuest ونظام إي دوكس .eDoX

3. البرامج المساعدة:

مثل برنامج Wise Image والذي يستخدم لتنظيف الوثائق على النقط السوداء أو الإنحناءات وبرنامج View Rx View يساعد على عرض ومشاهدة 300 نوع من الملفات.

4. إنشاء قواعد بيانات.

❖ طرق التحول إلى الأرشيف الالكتروني:

عندما تقرر أي مؤسسة استخدام النظم الرقمية فلا بد لها من دراسة الخيارات التقنية ومزايا وعيوب كل منها ولابد لها من الموازنة بين ثلاث أمور هي:

- الحفاظ على الوثائق.
- التكلفة.
- سهولة الاستخدام.

- **الخيارات التقنية:**

هنالك عدة خيارات للتحول الى ارشيف الكتروني أهمها:

1) المسح:

فيه يتم تحويل الصفحة إلى صورة، مع استخدام نظام التعرف على الأحرف ويمكن اعتبار هذه الطريقة هي الافضل والانسب وذلك للاسباب التالية:

- تحافظ على شكل الوثائق كما هو في شكلها الورقي مع الأختام والأرقام والملاحظات المكتوبة على هوامش الوثيقة.
- هي الطريقة الأرخص بالمقارنة مع الطرق الأخرى.

غير أن عملية المسح يجب أن تترافق مع فهرسة دقيقة للوثيقة وتحديد مواصفات، وكلمات مفتاحية، بهدف استرجاعها بصورة ملائمة موضوعيا:

2) الكتابة من جديد ويتم ذلك عن طريق لوحة المفاتيح.
3) وإدخال الوثيقة وفق معايير النصوص الفائقة.

- **الإجراءات الداخلة في عملية الأرشفة فهي كالتالي:**

- المصور على الوثيقة بشكلها القابل للأرشفة ثم مسحها الكترونيا.
- فهرس الوثيقة.
- ضغط المعلومات.

أي حفظ الصورة بحيث لا تأخذ حيزاً كبيراً من قرص الخزن في قاعدة معطيات أو في ملفات حوامل مغناطيسية أو ضوئية:

- صفة إمكانية الاسترجاع الآلي للوثيقة.
- التوزيع عبر الشبكات الحاسوبية المختلفة.

- **أنواع حامل المعلومات الرقمية فهي:**

  - الوسائط المغناطيسية.
  - الأقراص المغناطيسية.
  - الأشرطة المغناطيسية الرقمية.
  - أبراج الأقراص الضوئية.

وهي نظم نحفظ فيها عدة أقراص ضوئية،وإذا كانت سعة هذه الأقراص كبيرة فيمكن أن يصل حجم تخزين البرج إلى 100، 200 جيكا بايت إي ما يتسع لتخزين 8 – 4 مليار صفحة على شكل صورة ولكن سبيل هذه الأبراج أن زمن الانتقال من قرص إلى قرص، كبير نسبيا يتراوح بين 8 ثوان و30ثانية.

❖ **خصائص الأرشفة الإلكترونية:**

من أهم خصائص وميزات الارشفة الالكترونية ما يلي:

- التعامل مع قواعد البيانات.
- دعم تقنية الشبكات.
- الدعم الفني الجيد بعد التركيب.
- يفي باحتياجات المؤسسة.
- سهل الاستخدام.
- لا يحتاج لكثير من التدريب.
- دعم اللغة العربية واغلب اللغات.
- دعم الدخول عن بعد للنظام.
- تصدير البيانات.
- دعم البروتوكولات العالمية المشهورة.
- دعم خاصية مراحل سير العمل.
- التكامل والاندماج مع نظم أخرى.

- قدرة على حماية الوثائق.
- قدرة على تقديم التقارير.
- يتضمن محرك بحث قوي يدعم البحث بجميع الحقول.
- دعم البريد الإلكتروني.
- التعامل مع جميع أنواع الملفات.
- يدعم حفظ الفاكسات الواردة.
- سهل التطوير والتحديث.
- يدعم برامج الصور والرسومات.
- حفظ والتقاط جميع المقاسات.
- دعم أرشفة الوسائط الأخرى.
- دعم خاصية التحويل من ميكروفيلم إلى رقمي والعكس كذلك.
- دعم استرجاع البيانات التالفة.
- البحث الهيكلي.
- دعم أكبر عدد من وسائط الحفظ.
- يكون مزودا بدليل مرجعي مفصل.
- يدعم المسح الضوئي.
- عدد أكبر من ملقم الورق.
- يدعم امتداد الملفات المتنوعة.
- الدخول المتعدد لأكثر من مستخدم في وقت متزامن.

❖ **أهداف الأرشيف الالكتروني:**

تهدف التكنولوجيا الرقمية إلى تحقيق قدرة أكبر للمؤسسات للسيطرة على إدارة المعرفة بها بما يحقق كفاءة أكبر في عملية اتخاذ القرار وتفادي المخاطرة واقتناص الفرص ويذكر المختصون أن الهدف الأساسي للأرشيف الرقمي تحقيق الاسترجاع الموضوعي للوثائق بأحسن دقة ممكنة وأفضل شمول ممكن ويعتبره هدف كاف بل عظيم يبرر التوجه نحو رقمنه الأرشيف.

ومن ابرز الأهداف التي تحققها الأرشفة الالكترونية:

1. يعد أهم هدف للأرشيف الالكتروني هو الوصول إلى مستوى لا يحتاج فيه المراجعون والمستفيدون لمراجعة الأرشيف إلا في حالة قليلة حيث بإمكانهم إرسال معاملاتهم عن طريق الوسائل الالكترونية الحديثة ومتابعة ما يتم عبر شاشات الحاسوب.
2. رفع كفاءة العمل والأداء المهني في مراكز المعلومات والوثائقية باستخدام تقنية الاتصالات والمعلومات.
3. توفير المعلومات الدقيقة والحديثة في أقل وقت ممكن لدعم اتخاذ القرار.
4. تقديم خدمات أرشيفية متميزة للمستفيدين ومؤسسات قطاع الأعمال في زمن قياسي.
5. تقليص الإنفاق في الإدارات والمؤسسات.

وهناك أهداف أخرى تشكلها الأرشفة الرقمية ومنها:

1. تتيح للمستفيد أنواعا متعددة من خيارات البث
2. تمكين الحاسب العميل بشكل تلقائي من استكشاف عدد أساليب البث المتاحة
3. اختيار الأسلوب الأكثر فائدة في الوقت المناسب أي إتاحة الحرية للمستفيد لتحديد أداة البحث التي يريدها
4. إتاحة كمية كبيرة من المعلومات للمستفيد بشكل يساعده على التعرف على هوية الكائن الرقمي.

❖ **وظائف الأرشيف الإلكتروني:**

ان التطورات التي شهدتها الوثائق ونظم الأرشيف بسبب التكنولوجيا الرقمية ادت إلى حدوث زلزال في العمل الوثائقي التقليدي مما أدى إلى ممارسة أدوار إيجابية للتقديم الخدمات المتوقعة.

ومن الوظائف التي أدخلتها التكنولوجيا للأرشيف:

1. الانتقال من الحفظ الورقي إلى الحفظ الرقمي وهي نقلة في مستوى الخدمة
2. الانتقال من المجال المحلي إلى المجال العالمي من خلال الانفتاح على شبكة الإنترنت العالمي.

ثم إن الوظيفة الأساسية لأرشيفات الطباعة الإلكترونية هي عرض نتائج البحوث العلمية وهي نظم إتاحة أو وصول مفتوحة open access system.

وتحقيقا للاستفادة على مستوى العالم قامت مؤسسات دولية لوضع أنماط لتصميم وصياغة بيان الوصف وهي نظام مجلس الأرشيف العالمي ونظام مبادرة دبلن.

ولقد ساهمت نظم الأرشيف الالكتروني في وضع اسس وظيفة لتلك النظم:

1. المعالجة الموضوعية الآلية للوثائق ومحتوياتها.
2. الضبط المصطلحي للنظم الرقمية.
3. تصميم بيانات الوصف أو بيانات الفهرسة.

وتقوم برامج الأرشفة بعدة وظائف منها:

- تصنيف الوثائق.
- البحث.
- التقارير للوثائق المؤقتة.
- التطبيقات.
- البريد.
- الأدوات.
- أمن النظام.

❖ بعض نظم الأرشفة الإلكترونية العربية والمعربة

• نظام eDoX

وأهم سمات وميزات هذا النظام:

- يعتبر نظام إيدوكس نظام كامل لإدارة الوثائق وحفظها وارشفتها.
- صمم هذا النظام للمنظمات الصغيرة والمتوسطة.
- يستخدم نظام إيدوكس واجهة تعامل سهلة.
- يظهر المعلومات في شكل شجرة بحيث يسهل قراءتها للمستخدم.
- يعتبر هذا النظام قليل التكلفة ويحتاج المستخدم لتدريب بسيط لإستخدام النظام.
- يستطيع المستخدم تحميل وتنصيب البرنامج بكل سهولة ومن ثم إدارته.
- يستطيع النظام التعامل مع المستندات باللغتين الإنجليزية والعربية.

• برنامج DocuWare :

يصدر هذاب البرنامج عن شركة DocuWare، تأسست الشركة الالمانيه عام 1988 وهي رائده في مجال الحلول الالكترونية. واليوم اصبحت الشركة تتصدر قائمة شركات المتخصصة بالبرمجيات لتطبيقها نظام الارشفة الالكترونية في اكثر من 5,500 منشاة لأكثر من مائة الف مستخدم على مستوى 50 بلداً. يعتبر المنتج احد الحلول في حفظ وأرشفة الوثائق الكترونيا والرجوع اليها في اي وقت وزمان، وأيضا النظام متوافق مع جميع انظمة التشغيل المستعمله:

بعض اهم برامج الأرشفة الإلكترونية العربية والمعربة:

- إلكميALCHEME.
- ايميج لنكسIMAGE LINKS.
- دوك ويرDOC WEAR.

- لوتس نوتسLOTUS NOTES.
- بايت كويستBYT QUSTS.
- ووتر ماركWATAR MARC.
- سابيريونSAPERION.
- ليزر فيشLASER FICHE.
- زاي ايمجZY IMAGE.
- رد دوتREDDOT .
- إيفرسيتEVERSUITE.
- ارب دوكسARAB DOCS.
- بروجيكت وايزPROJECT WISE.
- فايل نت.

❖ أرشيف الانترنيت:

تتجه كثير من المؤسسات في عصرنا إلى التوسع في استخدام الانترنيت ونشر معلوماتها الأساسية عليها غير أن بعض المؤسسات بدأت أيضا باستخدام الانترنيت كوسيلة للتخاطب مع الموظفين، ومع فروع المؤسسة، ومع الزبائن، والمصارف، والشركاء، والموزعين والمزودين، مما يجعل معظم نشاط المؤسسة الفعلي موجود بالفعل على الانترنيت.

وقد ساعدت البرمجيات المكتبية الحديثة على تحويل عمل الموظف في المكتب الى جزء من مخزون الانترنيت ولا يقتصر ذلك على الشركات الخاصة،فطريقة العمل هذه بدأت تدخل المؤسسات الرسمية من أوسع الأبواب ولا يستثنى من ذلك بعض أهم الوزارات وأكثرها خوفا على أسرارها مثل وزارة الدفاع الأمريكية.

يشهد استخدام الانترنيت في البلدان العربية تطورات كبيرة وعلى المؤسات في الوطن العربي أن تحضر من الآن فصاعدا لمواجهة احتمالات المستقبل، وعليها أن

تبني أبحاثا جديدة تحدد فيها معايير الأرشيف في الألفية الثالثة ومعايير السرية وطرق إتاحة الوثيقة وسهولة استرجاعها .

وكأي عمل بشري فإن استخدام التقنيات الحديثة في مجال الأرشيف تواجه بعض المخاوف. معظمها تتعلق بأمن الوثيقة الكترونية، فمن المعروف أن صورة الوثيقة الورقية المحفوظة الكترونيا يمكن أن تتعرض للتخريب، أو التزوير المتعمد، كما يمكن أن تتعرض للتدمير غير المتعمد عندما تتقادم النظم والأجهزة ويضطر الفنيون إلى نقلها إلى نظم جديدة أو عند حدوث أخطاء في النظام، تستدعي إعادة تحميله، أو عندما يتعرض النظام الحاسوبي للفيروسات المدمرة الغير معروفة.

ولكن تراكم الخبرات وتقدم وسائل الحماية التكنولوجية، سمحت بتخفيض مستوى المخاطر الناتجة عن استخدام النظم الحاسوبية.لا تتهدم على مستوى المخاطر التي تتعرض لها الوثائق الورقية ونوجز ما يلي أهم التحفظات التي أبداها الموثقون تجاه النظم الالكترونية وطرق الحماية الملائمة التي ساهمت في تقليل قيمة هذه التحفظات وفي بعض الأحيان إزالتها وإهمالها وتتيح التقنيات الحديثة الزيادة في عصر الوثائق الافتراضي.

❖ دور الأرشفة الالكترونية في خدمة الإعلام:

لقد استفاد الإعلاميون والهواة بشكل كبير من نظم الأرشفة الالكترونية ومن أهم فوائد الأرشفة الالكترونية على الإعلاميين والهواة:

- سهولة وصول الإعلامي إلى الوثائق وبالتالي سرعة في انجاز عمله ومصداقية الخبر.
- إمكانية إرفاق الوثائق بالخبر عن طريق الروابط وبالتالي تمكين القارئ من الاطلاع على الوثائق وهو يمثل نوع من المصداقية على الخبر.

الوحدة الثالثة عشر

الإعلان الإلكتروني

الوحدة الثالثة عشر
الإعلان الالكتروني

❖ تعريف الإعلان إلكتروني:

الإعلان الإلكتروني هو الإعلان الذي يتم بالوسائل الالكترونية وأشهرها الذي ينشر عبر الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) ويهدف إلى الترويج لبضاعة أو تسويق خدمة أو دعاية لموقع إلكتروني أو غيره.

❖ أشكال الإعلان الإلكتروني:

تعتبر شبكة الإنترنت الوسط الأكبر الذي يحتضن الإعلان الإلكتروني، حيث يرتبط مصطلح الإعلان الإلكتروني بشبكة الانترنت، لما تتميز به هذه الشبكة من نمو وتطور مستمر سواء من حيث الانتشار أو من حيث ظهور تقنيات جديدة والازدياد المطرد في عدد المواقع الإلكترونية على الشبكة.

- الأشكال الرئيسة التي تندرج تحت بند الإعلان الإلكتروني:

أ) اللافتة الإعلانية (Banner):

وهي ما يكون على صفحات الانترنت من اعلانات وهناك العديد من أشكال الإعلانات الإلكترونية عبر الانترنت والتي توجد على صفحات الويب لأغراض مختلفة ولكل نوع هدف معين.

- الإعلان الأفقي:

وهذا الإعلان من أكثر الإعلانات المتواجدة في المواقع الإلكترونية. ويعد أول الإعلانات ظهوراً. والهدف منه عند النقر عليه ينفتح الموقع المعلن عنه.

- الإعلان الجانبي:

ويسمى بإعلان ناطحة السحاب، وهو عمودي فيكون له تأثير قوي على المتصفح، فتزيد فرص النقر عليه.

- الإعلان القافز والمتسلل:

وهذا الإعلان يتميز بالدخول إلى الموقع ويتحرك داخل الصفحة مما يتطلب النقر عيه لحذفه أو الانتقال للصفحة المعلن عنها.

- الإعلان الطائر:

وهذا الإعلان وكأنه يطير عبر صفحة الويب، مما يعيق المتصفح عن العمل حتى ينقر عليه للحذف أو للانتقال إلى صفحة المعلن عنه.

- الإعلان النصي:

وتظهر هذه الإعلانات في صفحة النتائج لمحركات البحث.

ب) البريد الإلكتروني الإعلاني:

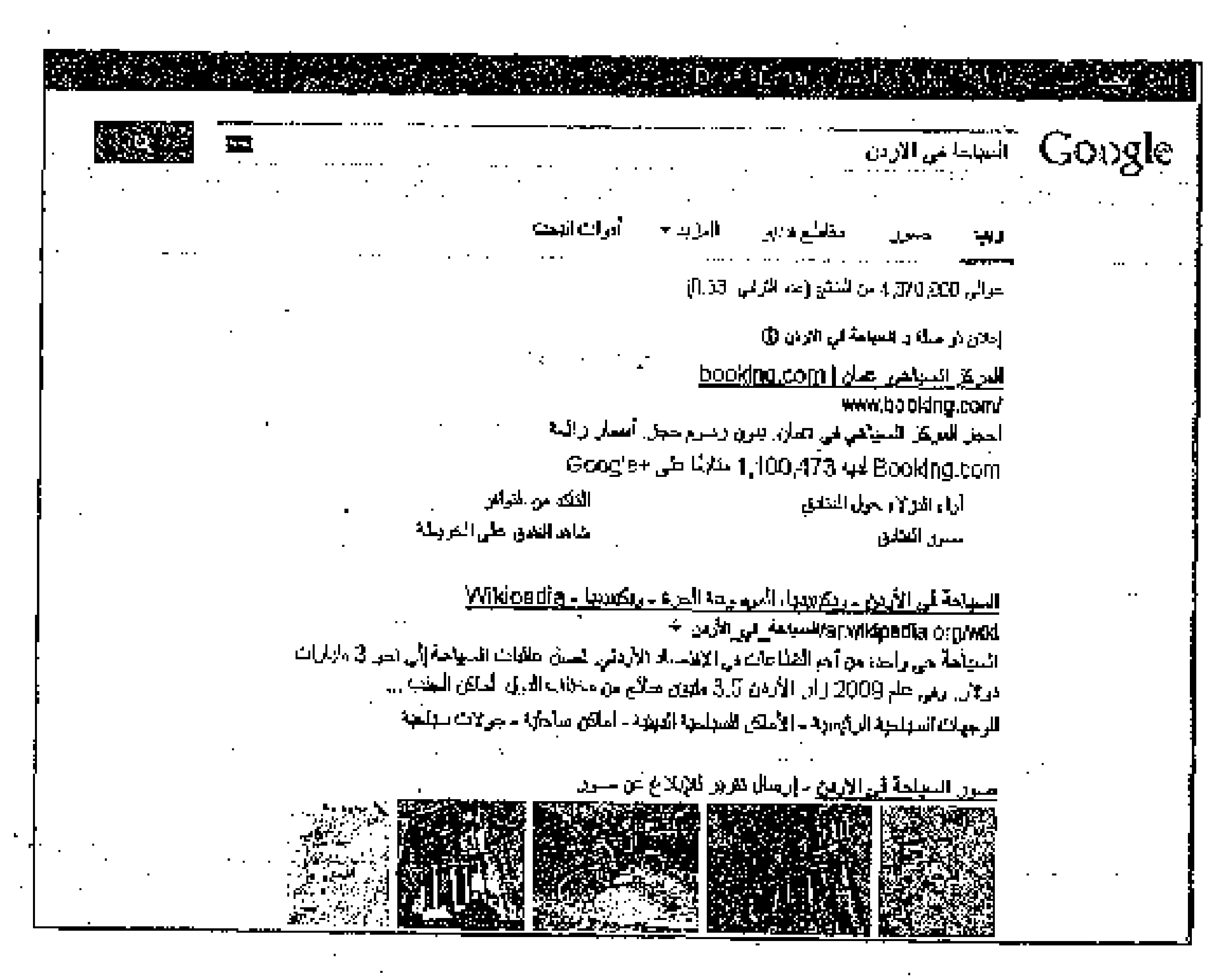
هو أحد أنواع الإعلان الإلكتروني والذي يتم فيه استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة للاعلان. بشكل عام، إن أي بريد إلكتروني يحتوي على اعلان يتم إرساله إلى فئة مستهدفة يعتبر إعلان بريد الكتروني، سواءً كان ذلك البريد بغرض الترويج لمنتج أو بغرض الترويج الى فكرة او غيرها.

ج) الإعلان عبر محركات البحث

وتتم هذه الطريقة باستهداف فئة معينة يستهدفها المعلن.

مثلا لنفترض أن المعلن هو وكيل سياحي ويريد استهداف السياح القادمين إلى دولته، إن أو ما يقوم به السائح هو جميع معلومات عن ذلك البلد بالدخول إلى محرك بحث مثل Google واختيار بعض الكلمات ليحصل على معلومات حول مفرد مثل: السياحة في الاردن. عندها ستظهر له مجموعة من النتائج قد تفوق المليون نتيجة، وسيكون الحظ الأوفر هنا للمواقع التي ظهرت في الصفحة الأولى.

في هذه الحالة تقوم الشركات المختصة بالاعلان عبر محركات البحث هو إظهار اعلان الوكيل السياحي في أول صفحة على هيئة إعلان مرتبط مع محرك البحث لتكون فرصته أوفر في دخول الزبون المستهدف إلى موقعه مباشرة والإطلاع على خدماته، ويكون عندها قد تخطى ملايين المواقع التي لم تظهر لهذا المسافر في الصفحة الأولى من نتائج البحث.



في الشكل أعلاه على سبيل المثال وعند كتابة السياحة في الأردن فإنه ظهر لنا إعلان توصية بواسطة محرك البحث.

المهم في هذه الوسيلة أن الشركة المعلنة لا تقوم بتقاضي أي مبلغ مادي من إلا في حال قام الزائر بالضغط على الاعلان والدخول إلى الرابط.

د) الإعلان عبر الرسائل القصيرة (SMS)

لقد اصبحت رسائل الجوال الإعلانية من أهم وسائل التسويق في العالم، بحيث يمكنها ان تصللك باعداد كبيرة بطريقة مباشرة، سهلة، سريعة وقليلة التكلفة، وقد أظهرت الأبحاث أن الرسائل القصيرة لديها القدرة على الوصول على الفوري إلى عدد كبير من من مستخدمي الهواتف النقالة.

ومن اهم ميزات التسويق عبر الرسائل القصيرة:

- إمكانية ارسال وقراءة الرسائل في أي وقت.
- جميع الهواتف المحمولة وشبكات الاتصال تدعم الرسائل القصيرة.
- قليلة التكلفة.
- الوصول لمجموعة كبيرة من الناس مهما كان العدد وأينما كانوا.

❖ المشتركين في ساحة الإعلان:

هنالك العديد من اللاعبين في ساحة الإعلان وهذه أهمها:

- المعلن:

المعلن هو أي جهة تريد الترويج لسلعة أو لخدمة.

- الناشر:

الناشر هو مالك الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على مساحة للإعلان.

- شركة الإعلانات:

شركة الإعلانات هي التي تتواصل مع المعلن، وتوظف الميزانية الموضوعة للإعلان بأفضل شكل.

- الوسيط الإعلاني:

الوسيط الإعلاني هو جهة مسؤولة عن شراء مساحات الإعلانات من الناشر بأسعار رخيصة، ثم بيعها على شركة الإعلانات أو المعلن بسعر أعلى.

- شبكة الوساطة:

شبكة الوساطة هي جهة تربط الوسطاء الإعلانيين مع بعضهم البعض.

ونستطيع ان نقول أن المعلن يخلق العرض والناشر يخلق الطلب، فيما شركة الإعلانات والوسيط الإعلاني وشبكة الوساطة هم وسطاء بشكل أو آخر.

❖ **التحديات للإعلانات في المستقبل:**

هو جمع المعلومات عن المتصفح لمعرف الأمور التي تجذبهم فتكون فرصة الجذب والشراء أكبر ما يمكن. بمعنى الإعلان المناسب للشخص المناسب.

❖ **ميزات الإعلان الكتروني:**

يعتبر الإعلان الإلكتروني إعلان العصر، حيث يتميز بعدة مزايا أهمها:

- المرونة.
- قلة التكاليف قياساً إلى الطرق التقليدية.

إن تكلفة أكبر حملة ترويجية على الإنترنت تقل من 40٪ إلى 20٪ عن تكاليف الحملة الإعلانية بالطرق التقليدية.

- سرعة الانتشار.

الوصول لأعداد كبيرة تصل إلى الملايين وبأوقات قصيرة مقارنة بغيرها من الطرق الدعائية.

- اتساع الرقعة الجغرافية للإعلان.
- إمكانية التوجيه الدقيق للشرائح المستهدفة.
- استخدام الوسائط المتعددة مثل الأصوات والصور المتحركة ومقاطع الفيديو، مما يجعل الإعلان أكثر جاذبية وتأثيراً من الطرق التقليدية وخاصة المطبوعة منها.
- التفاعل الفوري مع الاعلان.

حيث يمكن للمشاهد أن يشاهد معلومات أكثر عن المنتج (الموضوع)، يرسل معلوماته ليتم الاتصال به، أو حتى إمكانية ان يشتري السلعة فورا.

- المرونة في سحب أو تغيير الإعلان بسهولة حتى بعد البدء بالحملة الدعائية.
- التحكم بالبرنامج الزمني للحملة الدعائية من حيث ظهوره في وقت معين من اليوم أو أيام محدده من الأسبوع.

❖ مشاكل الإعلان الإلكتروني:

عند المقارنة بين وسائل الإعلان التقليدية (الإذاعة والتلفزيون والمطبوعات) وبين الإعلان الإلكتروني نجد أن من اهم المشاكل التي يعانيها الإعلان الإلكتروني مقارنة بسواه هي:

- ضعف البنية التحتية لشبكة الإنترنت.

- ضعف الاتصال.
- قلة مستخدمي الحزمة العريضة لشبكة الانترنت (تفاوتها من دولة لأخرى).
- كثرة الإعلانات في بعض المواقع الإلكترونية قد تؤدي إلى تشتيت انتباه الزائر وعدم اهتمامه بالإعلان.
- الطرق غير الاحترافية التي يقوم بها بعض أصحاب المواقع كالنوافذ المنبثقة التلقائية أو الانتقال التلقائي إلى مواقع أخرى قد لا يرغب الزائر بدخولها.

❖ التخطيط للإعلان الالكتروني:

كما هو الحال في الاعلان التقليدي فان التخطيط السليم والدراسة الوافية من أهم أسباب نجاح الاعلان ومن اهم أسباب نجاح الإعلان ما يلي:

- تحديد أهداف للحملة الدعائية.
- تحديد رسالة الحملة.
- تحديد طرق الإعلان الإلكتروني على سبيل المثال بنرات أو حملة بريدية.
- اختيار أماكن الإعلان.
- تحديد متطلبات هذه الحملة من تصميم بنرات أو تصميم صفحة تشرح معلومات عن المنتج مثلا.
- تحديد التكلفة.
- تحديد الخطة الزمنية للحملة.
- وضع الخطة النهائية للحملة منقحة بعد دراسة التكاليف.
- تنفيذ الحملة.
- دراسة النتائج والمعطيات تزامناً مع تنفيذ الحملة.
- التعديل في الحملة ما أمكن في حالة الإخفاق في الوصول إلى معظم النتائج المتوقعة أو المهمة.

الوحدة الرابعة عشر

شبكات التواصل الإجتماعي ودورها الإعلامي

الوحدة الرابعة عشر

شبكات التواصل الإجتماعي ودورها الإعلامي

وتشمل هذه الوحدة:

- الفصل الاول: مواقع التواصل الاجتماعي
- الفصل الثاني: المدونات
- الفصل الثالث: الويكي
- الفصل الرابع: مواقع التواصل والاجتماعي والاعلام

الفصل الأول
مواقع التواصل الاجتماعي

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وابرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وانذار لمنافسة الإعلام التقليدي.

استخدم الشباب في بداية الأمر مواقع التواصل الإجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو ان موجة من النضج سرت، واصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والإجتماعية والإقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي إنتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن. وتخطت تلك الأفكار الرافضة للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الإجتماعي الوطن العربي.

واستخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقة والجادة للتواصل وسماع الناس والمواطنين، وبهذا سيتغير المشهد الإعلامي قريباً بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي.

ولهذا تثير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام إشكاليات عدة، لايمكن اختزالها في الابعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي، إذ تجعلها عاملاً محدداً للتحولات الثقافية وتستبعد انماط التواصل الجديدة.

❖ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع الكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

بات من من الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيّر كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات.

وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً facebook و MySpace و twitter ولايف بوون وهاي فايف وأوركت و+google.

❖ نشأة الشبكات الاجتماعية:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.

وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات

مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها.

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999و2001.

مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع MySpace الأميركي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير

تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية وراس مال المجتمعات واستخدامات المراهقين.

❖ أنواع الشبكات الاجتماعية:

1) نوع أساسي:

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك وماي سبيس.

ب) مرتبط بالعمل:

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت.

❖ أنواع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعتها وتشمل:

1. مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها.
2. المدونات. (صفحة ويب على الأنترنت تهر عليها التدوينات – مدخلات – مؤرخه ومرتبه ترتيباً زمنياً تصاعديا) تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت أخبار شخصية أو عامة.
3. الويكي.

❖ الشبكات الاجتماعية عربياً:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخراً ولكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى ومن أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية مكتوب وهو من أكبر واشهر المواقع والتي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع وتقدم لهم العديد من الخدمات، ومن الشبكات العربية الأخرى اخوان بوك وشبكة مدينة وفايع واكبس و SerirZ وملم لحفظ الروابط المفضلة.

❖ الشبكات الاجتماعية والأعمال:

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن والذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة.

ومن خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه وعمله ويمكن أن يدعو أصدقاءه لتزكيته لأشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم، لذلك فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تتسم بمستقبل كبير بعيداً عن صراع الشبكات.

❖ أشهر شبكات التواصل العالمية:

- فيس بوك.
- ماي سبيس.
- هاي فايف.
- لينكد إن.
- تويتر.
- برايت كايت.
- هالول.
- اكس بوكس.
- ديليشيوس.
- فريندستر.
- كاوتش سيرفينج.

❖ نظرة على الفيس بوك:

يعتبر الفيس بوك نقلة نوعية في مفهوم مواقع التواصل حيث تطور كثيرا وازدادت شعبيته ليصبح الموقع الاجتماعي رقم واحد ولتخطى عدد مشتريكه المليار.

❖ ما هو الفيس بوك

فيس بوك (Facebook) عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسئولية كملكية خاصة لها.

فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

وقد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسوب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد.

كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر حتى بات الموقع يضم حالياً أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم.

لقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع.

كما يواجه موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرج السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

❖ نظرة تاريخية:

انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماش" (Face Match) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية. في هذه الأثناء.

ووفقاً لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع "فيس ماش" "استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الإنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". ولكي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. "إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان

زوكربيرج في مدونته الشخصية. يستطرد زوكربيرج قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع. على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر." وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد. وقد قامت إدارة الجامعة باتهام زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.

في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام زوكربيرج بتأسيس موقع "الفيس بوك" على النطاق thefacebook.com وتحديداً في 4 نوفمبر من عام 2003 قد أدلى زوكربيرج بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلاً: "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد". "أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل. يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط"

كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليدج أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة

بعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع.

في شهر مارس من عام 2004، فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل

بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج

وشيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.

في شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا

قد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي.

قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وهو ما أشار إليه زوكربيرج بالخطوة المنطقية التالية. فخلال هذه الفترة، كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع.

بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إليكتروني صحيح.

في أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك أن اتخاذ مدينة دبلن عاصمة أيرلندا مقراً دولياً له.

❖ النواحي المالية:

كما ذكرنا سابقا بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.

وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها.

ما ميز مواقع التواصل الجديدة وعلى رأسها الفيس بوك هو ادراره للارباح لاصحاب هذه الشبكات حيث تقدم هذه الشبكات خدماتها للمستخدمين مجاناً، لكنها تجني أرباحها من الإعلانات وفي ما يلي بعض من الاحداث المالية في تاريخ الفيس بوك:

- تلقى موقع فيس بوك أول عرض استثماري بمبلغ 500000 دولار امريكي في يونيو من عام 2004 من بيتر ثييل احد مؤسسي شركة "باي بال".
- عقب ذلك الأمر استثمارًا آخر بعد عام واحد بلغ 12.7 مليون دولار من رأس مال مخاطر من شركة "آكسيل بارتنرز".
- ثم 27.5 مليون دولار اخرى من شركة "جرايلوك بارتنرز"
- وفي أحد بيانات التدفق النقدي التي تم تسريبها، وُجد أنه خلال السنة المالية 2005، تكبد موقع الفيس بوك خسارة صافية تقدر بنحو 3.63 مليون دولار.
- مع بيع موقع التواصل الاجتماعي الشهير "ماي سبيس" إلى شركة "نيوزكورب" في 19 يوليو لعام 2005، انتشرت بعض الشائعات التي تروج لاحتمالية بيع موقع الفيس بوك لإحدى شركات الإعلام الكبرى. وقد صرح زوكربيرج بأنه لا يعتزم ذلك، ونفى صحة تلك الشائعات

- في 28 مارس من عام 2006، نشرت مجلة "بيزنس ويك" أن المفاوضات جارية بشأن شراء موقع الفيس بوك. ورداً على ذلك، رفض الفيس بوك عرضًا بالبيع يقدر بنحو 750 مليون دولار من مزايد لم يتم الإفصاح عن اسمه، وانتشرت شائعات أخرى بزيادة سعر العرض حتى بلغ 2 مليار دولار.
- في شهر سبتمبر، 2006، تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة شركة "فيس بوك" و"ياهو" بشأن شراء الفيس بوك مقابل مليار دولار. وقد صرح ثييل، الذي كان أحد أعضاء مجلس إدارة الفيس بوك آنذاك، بأن التقييم الداخلي للموقع قد بلغ حوالي 8 مليار دولار بناءً على الإيرادات المتوقعة حتى عام 2015 بمعدل 1 مليار دولار سنويًا، مقارنةً بشراء شركة "فياكوم" لشبكة إم تي في، وهي شركة تخاطب فئة مستهدفة من الجمهور وفقاً لخصائصه السكانية.
- في شهر يوليو، 2007، صرح زوكربيرج بأن مسألة بيع الفيس بوك غير واردة على الإطلاق لأنه يود الحفاظ على استقلالية الشركة، حيث أشار قائلاً: "إننا لا نسعى إلى بيع الشركة... كما اننا لا نفكر في الطرح الأولي للاكتتاب العام في اي وقت قريب. فذلك الأمر لا يمثل غايتنا الرئيسية في الوقت الراهن.
- في شهر سبتمبر، 2007، قدمت شركة "مايكروسوفت" عرضاً إلى الفيس بوك بشراء نحو 5٪ من أسهم الشركة بقيمة تتراوح ما بين 300 إلى 500 مليون دولار. وفي الشهر نفسه، أبدت العديد من الشركات، ومن بينها شركة "جوجل"، اهتماماً بشراء حصة في الفيس بوك.
- في 24 أكتوبر، 2007، أعلنت شركة مايكروسوفت أنها قامت بشراء حصة في فيس بوك بلغت 1.6٪ بقيمة 240 مليون دولار، حيث قُدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار. وعلى الرغم من ذلك، فإن "مايكروسوفت" قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوقاً خاصة مثل "حقوق التصفية"، وهو ما يعني أن "مايكروسوفت" ستتقاضى مستحقاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة. كما أن السهم الذي قامت

"مايكروسوفت" بشرائه يخول لها الحق في نشر الإعلانات الدولية على الفيس بوك.

- في نوفمبر من عام 2007، قام لي كا شينج ملياردير هونج كونج باستثمار 60 مليون دولار في الفيس بوك
- في أغسطس من عام 2008، اشارت مجلة "بيزنس ويك" إلى عمليات بيع خاصة قام بها الموظفون، وكذلك عمليات شراء قامت بها شركات رأس المال المخاطر كانت ولا تزال تتم عند اسعار الأسهم، وهو ما جعل القيمة الإجمالية للشركة تتراوح ما بين 3.75 و5 مليار دولار.
- وفي أكتوبر من عام 2008، صرح زوكربيرج: "لا أعتقد أنه يمكن يمكن النظر إلى الشبكات الاجتماعية باعتبارها وسيلة للتربح بالطريقة نفسها التي تتم من خلالها عمليات البحث على الإنترنت... وفي غضون ثلاث سنوات من الآن، علينا أن نفكر في الشكل الذي ينبغي أن يكون عليه النموذج الأمثل للموقع. ولكن لا يمكن القول إن ذلك الأمر يمثل أولى اهتماماتنا في الوقت الراهن.

❖ نظرة على الموقع:

يمكن لمستخدمي الفيس بوك الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم كل من المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها. فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها. كما يمكن للمستخدمين أيضًا الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية.

يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً، ويجني أرباحه من الإعلانات بما في ذلك يمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم الاهتمامات الشخصية، ويمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء. وكوضع افتراضي، فإن عرض البيانات التفصيلية للملف

الشخصي يكون مقتصراً على المستخدمين من الشبكة نفسها الواحدة وبعض الاستثناءات المحدودة الأخرى.

وتعتبر شركة "مايكروسوفت" الشريك الحصري للفيس بوك في تقديم خدمة إعلانات الشعار، ويقوم الفيس بوك بطرح الإعلانات التي تتضمنها قائمة الإعلانات الخاصة بشركة "مايكروسوفت" فحسب. ووفقاً لما ذكرته شركة "كومسكور"، إحدى الشركات المتخصصة في بحوث التسويق على الإنترنت، فإن الفيس بوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاهي ما يتوفر من بيانات لدى شركتي "جوجل" و"مايكروسوفت"، ولكن اقل إلى حد ما من شركة "ياهو".

❖ سمات الموقع:

عادةً ما تقوم وسائل الإعلام بعقد المقارنات بين موقعي "فيس بوك "و"ماي سبيس"، ولكن يبدو أن أشهر الفروق بين الموقعين هو مستوى التخصيص. فموقع "ماي سبيس" يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة HTML وCascading Style Sheets (CSS)، بينما يوفر موقع "فيس بوك" إمكانية استخدام النص العادي فقط.

يتضمن الفيس بوك عدداً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض. ومن بين هذه السمات:

- سمة Wall أو لوحة الحائط:

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- سمة Pokes أو النكزة:

تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

- سمة Photos أو الصور:

تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، يوفر الفيس بوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتوباكيت" و"فليكر" اللذين يضعان حداً لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها في الماضي، كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصر على 60 صورة للألبوم الواحد. وعلى الرغم من ذلك، فقد ذكر بعض المستخدمين أنه يمكنهم إنشاء ألبومات بحد جديد للصور قد يصل إلى 200 صورة. وحتى الوقت الراهن، لم يتمكن أحد من تحديد السبب وراء إمكانية تحميل بعض الأعضاء لعدد يصل إلى 200 صورة للألبوم، في حين لا يمكن للآخرين القيام بذلك.

يمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة ألبوم معين. فعلى سبيل المثال، يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم ما بحيث تتيح لأصدقاء المستخدم فقط مشاهدة الألبوم، بينما يمكن ضبط إعدادات الخصوصية في ألبوم آخر على نحو يتيح لجميع مستخدمي الفيس بوك مشاهدة هذا الألبوم. من السمات الأخرى الخاصة بتطبيقات Photos القدرة على تسمية المستخدمين في صورة ما. فعلى سبيل المثال، إذا كانت إحدى الصور تشتمل على أحد أصدقاء المستخدم، فإنه يمكن للمستخدم تسمية الصديق الموجود في هذه الصورة أو إضافة تعليق ما. وسوف يؤدي ذلك إلى إرسال تنبيه لهذا الصديق بأنه قد تم تسميته، مع تزويده برابط لمشاهدة هذه الصورة.

- سمة Status او الحالة

تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقًا لإعدادات الخصوصية. في يوليو من عام 2007، أتاح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصراً من قبل على المحتويات النصية فقط.

- سمة News Feed او التغذية الإخبارية

في 6 سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن سمة News Feed او التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

في بداية الأمر، أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي الفيس بوك؛ حيث شكا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبّر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية (مثل التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي تبادلونها مع الآخرين) وردًا على تلك الحالة من الاستياء، قدم زوكربيرج اعتذاراً عن إخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد.

منذ ذلك الحين، صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية. فضلاً عن ذلك، فإنه يمكن للمستخدمين منع اصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على انواع محددة

من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم ولأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخراً.

- سمة Facebook Notes او تعليقات الفيس بوك

تم تقديم هذه السمة في 22 من شهر اغسطس لعام 2006، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها. وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع "زانجا" و"لايف جورنال" و"بلوجر" وغيرها من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

- سمة إرسال الرسائل الفورية "Chat"

خلال الأسبوع الذي وافق 7 ابريل 2008، أصدر الفيس بوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet وأطلق عليه اسم "Chat"ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.

- سمة Gifts او الهدايا

في 8 فبراير عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة Gifts أو الهدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. تتكلف الهدايا 1.00 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

- سمة Marketplace او السوق

في 14 مايو من عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

وقد قامت شركة "سي نت" بمقارنة هذا التطبيق مع موقع كريجزليست، حيث أشارت إلى أن الفارق الرئيسي بينهما يتمثل في أن القوائم التي ينشرها المستخدم باستخدام Marketplace تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها، أما القوائم المنشورة في كريجزليست فيمكن لأي شخص مشاهدتها.

- إمكانية "Facebook Beta":

في 20 يوليو من عام 2008، قدم الفيس بوك إمكانية "Facebook Beta". نسخة تجريبية من الفيس بوك — عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة. كما تم دمج سمتي "Mini-Feed"و"Wall"؛ وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً.

وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر، فإن الفيس بوك بدأ في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتبارًا من سبتمبر 2008.

في 11 من شهر ديسمبر لعام 2008، تم الإعلان عن اختبار الفيس بوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل أبسط.

- تطبيقات أجهزة iPhone

كما تم إصدار موقع Facebook iPhone في شهر أغسطس2007 الذي يقدم طريقة عرض خاصة تناسب جهاز iPhone، وبحلول شهر يوليو2008، وصل عدد المستخدمين إلى 1.5 مليون فرد يقومون باستخدامه بصورة منتظمة.

كما تم طرح تطبيق مجاني لأجهزة iPhone وiPod Touch أطلق عليه اسم"Facebook for iPhone"، وذلك في يوليو من عام 2008.

الفصل الثاني

المدونات

يعتبر التدوين الإلكتروني طريقة سهلة لمشاركة الخواطر والأفكار مع العالم الخارجي. حيث يقوم المدون بكتابة افكاره واهتماته للعالم الخارجي باستخدام الانترنت

❖ تعريف المدونة:

مدوّنة (Blog) هي تعريب كلمة "blog" التي تتركب من كلمتي "web log" بمعنى سجل الشبكة. كما تستخدم أحيانا الكلمة المستعارة من الإنجليزية ويستخدمها المستخدمون العرب وينطقونها كما هي بالإنجليزية، كما يطلق على المداخلة الواحدة من ضمن المداخلات العديدة التي تشكل المدونة اسم تدوينة.

المدونة تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة وب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكّن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.

هذه الآلية للنشر على الوب تعزل المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بهذا الوسيط، اي الإنترنت، وتتيح لكل شخص أن ينشر كتابته بسهولة بالغة.

يتيح موفرو خدمة عديدون آليات أشبه بواجهات بريد إلكتروني على شبكة (الوب) تتيح لأي شخص ان يحتفظ بمدونة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد ملء نماذج وضغط أزرار، وكما يتيحون أيضا خصائص مكملة؛ مثل تقنية التلقيم التي

تهدف إلى تسهيل متابعة التحديثات التي تطرأ على المحتوى المنشور دون الحاجة إلى زيارة المواقع بشكل دوري ودون الحاجة للاشتراك في قوائم بريدية، وخدمات أخرى للربط بين المدونات، إضافة إلى الخاصية الأهم وهي التعليقات التي تحقق التفاعل بين المدونين والقراء، وتعتبر الصحف والمجلات الإلكترونية أحد أوجه التدوين المتقدمة.

ومن وجهة نظر علم الاجتماع فإن الإنترنت ينظر إلى التدوين باعتباره وسيلة النشر للعامة والتي أدت إلى زيادة دور الشبكة العالمية باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى، وبالإضافة إلى كونه وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة. ويمكن اعتبار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكتروني أهم خدمتين ظهرتا على شبكة الإنترنت على وجه الإطلاق، يليه الويكي.

والموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدوناتهم تتراوح ما بين اليوميات، والخواطر، والتعبير المسترسل عن الأفكار، والإنتاج الأدبي، ونشر الأخبار والموضوعات المتخصصة في مجال التقنية والإنترنت نفسها. وبينما يخصص بعض المدونون مدوناتهم للكتابة في موضوع واحد، يوجد آخرون يتناولون موضوعات شتى في ما يكتبون.

كذلك توجد مدونات تقتصر على شخص واحد، وأخرى جماعية يشارك فيها العديد من الكتاب، ومدونات تعتمد أساسا على الصور photoblog والتعليق عليها. كما انتشرت مؤخرا مدونات الفيديو Videoblogs على شبكة الإنترنت، وهي قائمة أساسا على نشر المحتوى التدويني بالصوت والصورة مسجلا على فيديو.

❖ نظرة تاريخية:

على نحو ما، كانت الحرب على العراق سببا من أسباب ذيوع صيت المدونات وانتشارها. فمن ناحية، ظهرت في سنة 2002 مدونات مؤيدة للحرب وفي سنة 2003

ظهرت المدونات كوسيلة العديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب للتعبير عن مواقفهم السياسية ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال هوارد دين، كما غطتها مجلات شهيرة كمجلة فوربس في مقالات لها، كما كان استخدام معهد آدام سميث البريطاني لهذه الوسيلة دوره في تأصيلها.

من ناحية أخرى ظهرت مدونات يكتبها عراقيون، بعضهم يعيشون في العراق ويكتبون عن حياتهم في الأيام الأخيرة لنظام الرئيس العراقي المخلوع صدام حسين وأثناء الوجود الأمريكي في العراق. اكتسبت بعض هذه المدونات شهرة واسعة وعُدّ قراؤها بالملايين، وطبع أحدها لكاتب عرقي عرفه العالم بـ سلام باكس وكانت غالبية الكتاب بالإنجليزية وترجمة عنوان الكتاب بالعربية هو أين رائد وكان اسم الكاتب سلام الجنابي وظهرت مدونات يكتبها جنود غربيون في العراق مما شكل مفهوما حديثا لدور المراسل الحربي. وفي سنة 2004 أصبحت المدونة ظاهرة عامة بانضمام العديد من مستخدمي شبكة الإنترنت إلى صفوف المدونين وقراءها، كما تناولتها الدوريات الصحفية.

أصبحت المدونة نوعا من أنواع الإبداع الأدبي المتعارف عليه، وتنظم له دور النشر والصحف – في إصداراتها الرقمية – المسابقات لاختيار أفضلها من حيث الأسلوب، والتصميم، واختيار الموضوعات، مثل المسابقة التي نظمتها صحيفة جارديان البريطانية.

بينت الإحصائيات إن الذين يستخدمون شبكة الإنترنت في العالم العربي مثلا هم في الحقيقة أقلية لا يتجاوز عددهم 7 من المائة من عدد السكان في مصر، و35 من المائة في قطر، و27 من المائة في الإمارات، مقارنة بـ51 من المائة في إسرائيل. بينما 31 من المائة من المدونات العربية تخرج من سوريا.

❖ أنواع المدونات:

أ) مدونات الفيديو (Vlog)

التدوين المرئي أو تدوين الفيديو، تعرف بالإنجليزية بـ video blog وتختصر أحياناً بـ vlog هي مدونة تستخدم الفيديو كوسيط. عادة ما تكون المدونة مرتبة ترتيب زمني معكوس (الأحدث يكون في الأعلى)، وتجمع فيديو مدمج أو وصلة لملف فيديو مع نص، صور ووسائط أخرى، ومن أهم المواقع التي تتخذ كوسيلة للتدوين المرئي هو موقع يوتيوب.

- تطور التدوين الفيديو:

- 15يونيو2003 ، أطلق Nacho Durán أول مدونة مرئية معروفة في ساو باولو ،برازيل وكانت عبارة عن كاميرة محمولة تأخذ لقطات يومية بدون صوت.
- 1 يناير2004، أطلق Steve Garfield مدونته وأعلن أن سنة 2004 ستكون سنة تدوين الفيديو.
- 6 ديسمبر2010: أطلق محمد جرادات مصطلح فدون لتصبح ترجمة عربية للتدوين الفيديوي.

ب) مدونات الصور (Photoblog)

ج) مدونات المعلومات التي تتجدد كل يوم (Blognews)

د) المدونات الشخصية (Personal blog)

تتناول مثل هذه المدونات أفكار وآراء خاصة بصاحب المدونة:

أ) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية (Link blogs)

تعتبر المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الوصلات التشعبية (web link logs) أول أنواع المدونات الإلكترونية التي تم نشرها على شبكة الإنترنت، ومن هنا جاء اسم المدونة الإلكترونية (weblog) ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الإنترنت التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرابط.

ب) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية (Online diary blogs)

تتناول هذه المدونات الحياة اليومية لمالكها: ماذا فعل وماذا دار في خلده في ذلك اليوم. ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

ج) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات (Article blogs)

يمكن أن يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث، أخبار وتقارير. وهي عادة ما تكشف قدر أقل من الحياة اليومية لكاتبها من المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات.

د) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي(Podcast blogs)

يمكن اعتبار مقاطع البث الإذاعي (Podcasts) على أنها برامج إذاعية قصيرة مسجلة بواسطة صاحب المدونة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها. علما بأن المصطلح (Podcast) مأخوذ من أجهزة iPod، وهي عباة عن مشغلات الملفات الصوتية بصيغة mp3 التي بإمكانها تشغيل ملفات podcast.

هـ) المدونات الإلكترونية المنوعة

تعتبر معظم المدونات الإلكترونية مزيجا من أنواع المدونات المذكورة أعلاه.

و) المدونات الإلكترونية الجماعية

يتم كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.

❖ من الذي يقوم بكتابة المدونات الإلكترونية؟

معظم المدونات الإلكترونية على الإنترنت هي مدونات خاصة كتبها أشخاص بصفتهم الشخصية للمتعة فقط. أما المدونات التحريرية فقد قام محررون محترفون بكتابتها وتحريرها. كما أن بإمكان المدارس والمنظمات والشركات امتلاك مدونات خاصة بها للتواصل مع القراء بالأحداث والأخبار والأشياء الأخرى المتعلقة بتلك المنظمة أو المؤسسة.

❖ طريقة التدوين الالكتروني:

لقد جعلت التقنية الحديثة من التدوين الإلكتروني أمراً سهلا، وبناء عليه فقد شاع استخدام التدوين الإلكتروني بشكل كبير.

توجد عدة طرق مختلفة لنشر أفكارك الخاصة على هيئة مدونات إلكترونية، ولكن قبل يجب أن التعرف على مقالة المدونة الإلكترونية (blog entry or blog post).

التدوين الإلكتروني أمر سهل: يتمثل في كتابة ونشر مقالة المدونة باستخدام خدمة التدوين الإلكتروني؛ أو من خلال موقعك الإلكتروني باستخدام برنامج التدوين المثبت على حاسوبك.

- تتكون مقالة المدونة الإلكترونية من العناصر التالية:

- عنوان المقالة

وهو بمثابة عنوان مقال صحفي. ويكون عنوان مقالة المدونة على سبيل المثال على النحو التالي: "يوم رائع، أخبار رائعة."

- الملخص

وهو شرح مبسط أو اقتباس من المقالة، ويستحسن ولكن ليس ضرورياً كتابة الملخص عند نشر تغذية RSS على المدونة الإلكترونية خصوصا إذا كانت المقالات طويلة.

- نص المقالة

ويحتوي على المادة الأساسية للمقالة.

- تاريخ المقالة

وهو تاريخ ووقت نشر المقالة.

- التعليقات

وهي الملاحظات التي بإمكان القراء الإدلاء بها عن مقالة معينة في مدونتك الإلكترونية. ويمكنك عدم فتح المجال للآخرين بالتعليق على مقالتك إلا إذا رغبت في ذلك.

- التصنيفات

وهي عبارة عن مواضيع أساسية تكتب عنها بانتظام في مدونتك الإلكترونية. من أمثلة التصنيفات: "يوميات"، "تقنية"، أو "رحلات."

- الرابط الدائم :(Permalink)

وهو عنوان إنترنت دائم للمقالة. إذا كان عنوان مدونتك الإلكترونية على سبيل المثال myblog.blogger.com، فإن الرابط الدائم لمقالة معينة تكون مثلاً myblog.blogger.com/permanententry.html. وينصح دوماً بإرفاق الرابط الدائم لكل مقالة، وعليه فإن أي شخص يقوم بإضافة رابط للمقالة الخاصة بك داخل مدونته سيتم عندها ربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الرابط الدائم للمقالة بدلا من ربطهم بالصفحة الرئيسية لمدونتك.

- الروابط المرجعية (Trackback) و (pingback)

وتعتبر روابط لمواقع أخرى تشير إلى المقالة الخاصة بك.

- تغذية RSS

هي نسخة مكتوبة برموز لغة (XML-coded) XML من مدونتك الإلكترونية أو أجزاء منها. وإذا قمت بنشر تغذية RSS لموقعك الإلكتروني فبإن بإمكان القراء الاشتراك في مدونتك بحيث يتم تنبيههم آليا عند نشر مقالة جديدة في مدونتك. حيث تظهر التنبيهات في برنامج قارئ الأخبار الخاص بهم أو في متصفح إنترنت متوافق مع RSS.

❖ خدمة التدوين الإلكتروني

تسمح لك الكثير من المواقع الإلكترونية بإنشاء مدونتك الإلكترونية الخاصة بك مجانا على خوادم الويب الخاصة بتلك المواقع. كل ما عليك فعله هو إنشاء حساب جديد باستخدام خدمة التدوين الإلكتروني الخاصة بالموقع ويمكنك بعدها البدء بالتدوين مباشرة. وتعد خدمة Blogger واحدة من أشهر خدمات التدوين على الإنترنت.

تتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكنك الوصول منه إلى شبكة الإنترنت. حتى أن بعض الخدمات تمنحك إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول. ويكمن الجانب السلبي لخدمات التدوين في أنك لا تمتلك القيود على حاسوبك الخاص بك إلا إذا قمت بنسخها بشكل منفصل عليه. حيث يعني ذلك انه في حال كانت قيودك فقط على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين وتم فقدانها من هناك لسبب ما فإنك ستفقد قيودك إلى الأبد، لأنك لا تمتلك نسخة احتياطية منها على حاسوبك الشخصي.

❖ برامج التدوين الإلكتروني:

برامج التدوين الإلكتروني هي برامج تكون مثبتة على حاسوبك. ويوجد نوعان من تلك البرامج: برامج التدوين الإلكتروني التي يتم تشغيلها من سطح المكتب حيث تقوم بإنشاء المدونة كاملة على حاسوبك الشخصي ومن ثم نسخها (أو نسخ أحدث الملفات) على خادم الويب الخاص بك. وميزة هذا النوع من البرامج هي أنك تتحكم بمدونتك الإلكترونية بشكل كامل وبإمكانك إرسالها أينما تريد.

كما تكون بعض برامج التدوين الإلكتروني مثبتة على حاسوبك ولكنها تتطلب تسجيل دخولك في خدمة التدوين الإلكتروني. وميزة استخدام هذا النوع من البرامج هي أنها تمنحك خيارات وتحكم في مدونتك الإلكترونية أكثر من تلك التي تحصل عليها عند تعاملك مع خدمة التدوين الإلكتروني الموجودة على الموقع الإلكتروني. كما يجعل هذا النوع من البرامج التدوين الجماعي أسهل من

استخدام البرامج التي تنشئ المدونة الإلكترونية كاملة على حاسوبك قبل نسخها إلى خادم الويب.

أما الخيار الثالث فهو كتابة ونشر المدونة الإلكترونية عن طريق نفس البرنامج الذي استخدمته لإنشاء ونشر موقعك الإلكتروني.

❖ المدونات (الاعلام البديل):

نشرت منظمة مراسلون بلا حدود يوم 22 أيلول 2005 دليلاً لكتاب المدونات ولمستعملي الشبكة الإفتراضية في العالم لمساعدتهم على حسن استغلال الوسائل الحديثة وتفادي كل أشكال الرقابة.

على الرغم من انتشارها الواسع على الشبكة، ظلت المدونات الإلكترونية (e-Blogs)، أو الـ "بلوغرز" محدودة جدا في العالم العربي. فبعد بدايات محتشمة عشية اندلاع الحرب على العراق، شهدت الظاهرة طفرة كبيرة جسدتها الساحات الخليجية أولا ثم توسعت لتشمل مشرق العالم العربي ومغربه والساحة المصرية في الفترة الأخيرة.

على الرغم من انتشارها التدريجي منذ بداية الألفية الثالثة، فإن المدونات الإلكترونية (e-Blogs)، أو الـ "بلوغرز"، حظيت بالانتشار الكبير أثناء الحرب التي شنتها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا على العراق.

فخلال هذه الفترة ظهرت، لأول مرة في التاريخ، المدونات الشخصية، (P-Blogs) التي يكتبها أفراد من داخل العراق سواء من جنود الاحتلال أو من المواطنين العراقيين. يقدمون خلالها صورة أقرب للحقيقة، وأكثر تفصيلا لما يحدث على الأرض، كما يوجهون الضوء للأحداث التي لم يشر إليها الإعلام التقليدي بقصد أو بدون قصد.

وكان نيكولاس نيجروبونتي قد تنبأ في كتابه "الحياة الرقمية (Being Digital)" الصادر عام 1995 بأن التطور التكنولوجي سيؤدي إلى أفول الإعلام الجماهيري وظهور الإعلام الشخصي كبديل له. وفي النصف الثاني من عام 2005 تحققت نبوءات نيجروبونتي إلى حد بعيد.

يقول المختصون أن الفارق بينها وبين المنتديات أو ساحات الحوار أن البلوغ يقوم عليها الإنسان ويتمحور شغلها الشاغل حول الإنسان. ويقولون أن: "المدونات هي عبارة عن مجموعة من الأحاسيس والخواطر والمذكرات واليوميات التي يسجلها إنسان ما عن قضية أو بلد ما".

ان المدونات اليوم أشبه بـ "الإعلام البديل" لأنه يحول الإنسان نفسه إلى حالة فريدة. فبعد أن كنا نرى الرسالة الإعلامية على أنها عبارة عن أفكار ومتلقي ومرسل أصبح بمقدور أي إنسان أن يصنع هو بنفسه الرسالة الإعلامية.

❖ **أهم مزايا المدونات:**

ان مزايا المدونات كثيرة واهمها:

- حرية التعبير حيث انه باستطاعة المدون كتابة كل ما يجوب بذهنه من افكار.
- التنوع الذي تتيحه المدونات حيث باستطاعة المدون وضع افكاره بصيغ عديدة منها النص والصورة والفديو ومقاطع الصوت ومقاطع الفلاش..... الخ
- كسر حاجز الجغرافيا حيث بات باستطاعة المدون الكتابة لكل العالم.
- التفاعلية: حيث تسمح المدونات بوضع خدمة الرد والتعليق على الكتبات وهذا يعطي نوع من التفاعل بين الكاتب والقارئ.

الفصل الثالث

الويكـــي

❖ تعريف الويكي:

ويكي (wiki) هو نوع من المواقع الإلكترونية يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أية قيود في الغالب، وقد تشير كلمة ويكي أيضاً إلى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا النوع من المواقع.

تعني كلمة ويكي (/wi : ki : /) بلغة هاواي "سريع"، وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع.

❖ نظرة تاريخية

أول موقع اطلق عليه اسم "ويكي" ظهر في 25 مارس 1995 وهو موقع "بورتلاند باترن ريبازيتوري" Portland Pattern Repository أي "مستودع بورتلاند للنماذج – أو للصيغ". وقد أنشأه وورد كانينغهام، وهو الذي اختار لفظ "ويكي" لهذا النوع من المواقع.

في أواخر التسعينيات من القرن الماضي ازداد استخدام برامج ويكي لإنشاء قواعد معلومات خاصة أو عامة، واليوم يعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة ويكيبيديا أكبر موقع ويكي على شبكة الإنترنت، ويكي يتيح للمستخدمين لإضافة أو تعديل أو حذف محتوياته عن طريق متصفح ويب.

❖ الخصائص المميزة:

تتيح برامج الويكي للزوار أن يحرروا مواضيع الموقع جماعيًا وبلغة ترميز بسيطة وباستخدام المتصفح. ما يميز مواقع الويكي بشكل عام هو: سهولة إنشاء مواضيع جديدة أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها عادةً، وبعض مواقع الويكي لا تتطلب حتى تسجيل الدخول في الموقع لإنشاء أو تعديل مواضيع فيها مميزات أضافية.

❖ الوصلات المتشعبة:

تحتفظ مواقع ويكي بكل محتوياتها في قاعدة بيانات متشعبة، وتستطيع مواقع ويكي معرفة كل صفحة وكل وصلة تصل بين الصفحات، ولا يهم موقع الصفحات هنا.

على المشارك في تحرير محتويات الويكي أن يجعل بعض الكلمات تعمل كوصلة وسيقوم موقع ويكي بتفعيل هذه الوصلات، إن كانت الوصلة تشير إلى صفحة موجودة سينتقل الزائر لها، وإن كانت تشير إلى صفحة غير موجودة سيظهر نموذج لإضافة محتوياتها، وعندما تنشأ الصفحة سيقوم موقع الويكي تلقائياً بتفعيل كل وصلة تصل هذه الصفحة الجديدة وهذا جيد جداً.

❖ تنظيم المحتويات:

لا توجد هيكلية محددة لتنظيم المحتويات في مواقع ويكي، فيمكن لأي موقع أن ينظم محتوياته بالأسلوب الذي يناسبه، عادة لا تحوي مواقع ويكي على صفحات تنظم المحتويات إلا في مواقع ويكي الكبيرة مثل ويكيبيديا، ففي ويكيبيديا هناك صفحة رئيسية تقود الزائر إلى أقسام فرعية أو إلى المواضيع مباشرة، ويمكن الانتقال من موضوع إلى آخر دون الحاجة إلى المرور على صفحات تنظم المحتويات وتقسمها، هذه المرونة في ويكي غير متوفرة في المواقع التقليدية التي تجبر صاحب

الموقع على إنشاء هيكل محدد لمحتويات الموقع قبل وضع هذه المحتويات، أما في ويكي يمكن لصاحب الموقع كتابة المحتويات ثم تنظيمها بالطريقة التي يريدها وتناسبه.

❖ التحكم بالتعديلات:

مواقع ويكي صممت بحيث يستطيع أي شخص أن يصحح الأخطاء بسهولة، بدلاً من التركيز على تجنب الأخطاء، لذلك مواقع ويكي تعتبر حرة تماماً ويمكن لأي شخص ان يرتكب الأخطاء، لأن هذه الأخطاء ستصحح من قبل الشخص نفسه أو من قبل أناس آخرين، وهناك خاصية متوفرة في أغلب مواقع ويكي وهي صفحة احدث التغييرات والتي تعرض قائمة بآخر التعديلات التي أجريت على صفحات موقع ويكي، هذه القائمة توفر وظيفتين، الأولى هي عرض الصفحة قبل اخر تعديل، والثانية هي عرض الاختلاف بين الصفحة الحالية وآخر تعديل أجري عليها، بهذا الأسلوب يستطيع اي كاتب أن يعرف ماذا أضيف للموضوع في كل تعديل، ويمكن إرجاع الصفحة إلى تعديل سابق في حال أن التعديلات الأخيرة لم تكن صالحة.

بعض برامج ويكي تقدم خاصية مفيدة، حيث يمكن لشخص ما أن يراقب المواضيع التي تهمه، ويمكنه رؤية التعديلات التي جرت لهذه المواضيع من خلال قائمة خاصة تسمى "قائمة مراقبتي"، فقد لا ينتبه المرء إلى أن صفحة ما عدلت لأنه لم ير التعديل في صفحة أحدث التغييرات، لكن قائمة مراقبتي تضمن أنه سيرى كل تعديل على الصفحات التي يراقبها، هذه الخاصية متوفرة في برنامج ميدياويكي الذي يستخدم لإدارة موقع ويكيبيديا.

❖ العبث والتخريب:

طبيعة مواقع ويكي المفتوحة للجميع والتي تتيح للجميع تعديل المقالات تسمح للبعض أن يعبثوا في المواضيع، وأسباب هذا التخريب كثيرة، فالبعض يعبث لمجرد العبث وتجربة الموقع، والبعض يريد حذف ما لا يوافق رأيه أو تخريب المقالات

التي تخالفه الرأي، والبعض يكتب مقالات جديدة لا علاقة لها بتخصص أو توجه الموقع، قد تكون هذه المقالات دعاية له أو دعاية ضد شخص ما أو فكر معين وطبعا كل هذا من دون أن تسجل في الموقع.

الكثير من برامج ويكي تتيح لمدراء الموقع حماية الصفحات فلا يستطيع أحد تعديلها، وهذا الإجراء يتخذ في حالة المواضيع الخلافية التي يكثر تعديلها دون الوصول إلى وجهة نظر محايدة ترضي جميع الأطراف، وقد تضطر مواقع ويكي في بعض الأحيان إلى وقف الكتابة والتعديل تماماً في كل الموقع.

بشكل عام يمكن تعديل أي تخريب وإعادة الصفحات إلى ما كانت عليه قبل التخريب، لذلك من الأفضل ترك المخرب يعبث كما يشاء لأنه سيتوقف لاحقاً، بعد ذلك يمكن لأي شخص إصلاح ما عبث به المخرب، ويمكن في بعض المواقع وقف المخرب عن طريق رقم IP فلا يستطيع تخريب المقالات أو في بعض الحالات منعه تماماً من تصفح الموقع وقراءة محتوياته.

❖ مواقع الويكي العربية

هناك فرق واضح في مواقع الويكي العربية، حيث لا يتجاوز عددها أصابع اليد الواحدة حسب موقع ويكي إندكس، بينما يصل عدد مواقع الويكي الإنجليزية 2,800 والألمانية 400 موقع. ومن مواقع الويكي العربية ويكيبيديا، وجوريسبيديا (القانون المشارك) وموقع أرشيف الدراما السوريّة والمعرفة (موقع ويب) وويكيمكتبات وهي موسوعة متخصصة في علم المكتبات والمعلومات.

الفصل الرابع
مواقع التواصل والاجتماعي والاعلام
(الفيس بوك والاعلام)

إن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصوّرها خبراء الاتصال.

وإن الخبرة والتسهيلات الجديدة التي وفرها الإنترنت في مجال التنظيم والاتصال والإعلام غيرت المعادلة القديمة التي كانت تضطر قوى التغيير إلى الاعتماد على دعم دول أخرى في نضالها السياسي، كما كان الحال في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين.

لذا فإن حركات الإصلاح والتغيير في عالمنا العربي والإسلامي مدعوة اليوم إلى الاستفادة من ثورة الإنترنت إلى أقصى الحدود، في مجالات التنظيم والإدارة والاتصال والإعلام والنضال السياسي وغير ذلك من جوانب معترك الحياة، فهل نستوعب المدلول التاريخي لثورة الإنترنت؟.

وإسقاطاً على التجارب العالمية في الحالتين "التونسية والمصرية" تقوم وسائل الإعلام وَفق نظرية التسويق الاجتماعي بإثارة وعي الجمهور عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسلة، للتأثير على القطاعات المستهدَفة من الجمهور، وتدعم الرسائلَ الإعلامية بالاتصالات الشخصية، كذلك الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال، عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية عن طريق المعلومات والأفكار،

وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال إلى تكوين صورة ذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته.

وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معيّنة لضمان استمرار الاهتمام بالموضوع وتغطيتها إعلامياً وجماهيرياً، ثم حثّ الجمهور على اتخاذ فعل محدد معبّر عن الفكرة، عن طريق الدعوة لتبنّي الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية.

مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكَس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأُطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

بعد ظهور شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي ظهر لدينا مفهوم اعلامي هو الإعلام الاجتماعي.

ويقصد بالاعلام الاجتماعي "المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة (شبكة اجتماعية) مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل".

وتشير ايضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع".

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن

طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها"

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً اجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "انواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، إما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته".

ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة الى الاقسام الآتية:

1) شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها:

مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الالكتروني... فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

2) تطبيقات قائمة على الادوات المحمولة المختلفة:

منها أجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتُعدّ الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

3) انواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون:

"مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والاذاعات والبرامج" التي اضيفت اليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

ويمكن ان نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق باعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم اعلام القرن العشرين، فإن الاعلام الشخصي والفردي هو اعلام القرن الجديد.

وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي ايصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى الى اسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي.

فضلاً عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية

❖ سمات مواقع التواصل الاجتماعي

إن مواقع التواصل الاجتماعي اضهرت ما يسمى المجتمع الافتراضي واهم ميزاته:

1) المرونة وانهيار فكرة الجماعة المرجعيّة بمعناها التقليدي

المجتمع الافتراضي لا يتحدّد بالجغرافيا بل الاهتمامات المشتركة التي تجمع معاً اشخاصاً لم يعرف كلٌ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إليكترونياً.

2) التغل على الجغرافيا والحدود

لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضيّة، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضيّة على مدار الساعة.

3) العزلة:

من سمات وتوابع العالم الافتراضي أنّها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين. هذه المفارقة يلخّصها عنوان كتاب لشيري تيركل "نحن معا، لكنّنا وحيدانً/ وحيدون حيث يقول فيه لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟. فقد أغنت الرسائل النصيّة القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاك بيري عن الزيارات. من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كلّ فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرّد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيدا من الانتباه والاهتمام.

4) حرية الاختيار:

لا تقوم المجتمعات الافتراضيّة على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

5) التحكم بالخصوصية:

في المجتمعات الافتراضيّة وسائل تنظيم وتحكّم وقواعد لضمان الخصوصيّة والسريّة، قد يكون مفروضا من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

6) مساحة الحرية الكبيرة:

أنّها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرّد والثورة — بداية من التمرّد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسيّة.

7) اللامركزية:

تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهويّة التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهويّة على الهويّة الوطنيّة أو القومية بل يتجاوزها إلى الهويّة الشخصية، لأنّ من يرتادونها في احيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب

❖ الفيس بوك في العالم العربي:

بلغ عدد مستخدمي فيس بوك في العالم العربي 32 مليون مستخدم في أغسطس 2011 حسب تقرير لكلية دبي للإدارة الحكومية.

- مصر:

تعتبر مصر هي الأولى في الشرق الأوسط استخداماً للفيس بوك، حيث يضم موقعها 11.3 مليون مشترك وفقا لإحصائيات يونيو 2011وهو الموقع الإلكتروني الأول للمصريين وقد أثر الفيس بوك في الحياة السياسية في مصر خصوصاً بعدما أُنشأت مجموعة على الموقع دُعي فيها إلى إضراب يوم 6 أبريل/نيسان 2008 وشارك في هذه المجموعة أكثر من 71 الف شخص.

تم حجب الموقع في 26 يناير 2011 بعد دعوة الشباب إلى ثوره قوميه ضد الحزب الحاكم مما سبب اضطراب للسلطات والحكومة المصرية. وبسبب الفيس بوك وثورة الشباب تم قطع اتصال الإنترنت من يوم 27 يناير 2011 ولمدة أسبوع كامل في سابقة لتعنت الحكومة المصرية ضد الشباب، مما كبد الاقتصاد المصري خسائر مالية بقيمة 9 مليار جنية.

يذكر أيضاً أن موقع الفيس بوك ساهم بصورة كبيرة في إطلاق ثورة الخامس والعشرين من يناير عام 2011 وذلك عن طريق صفحة كلنا خالد سعيد التي انشأها الناشط السياسي وائل غنيم وقد أطاحت هذه الثورة بنظام الحكم الذي

استمر 30 عاماً بتخلي الرئيس السابق محمد حسني مبارك عن الحكم بسبب الضغوط والاحتجاجات الشعبية.

- السعودية:

الفيس بوك هو ثاني أكثر المواقع زيارة في السعودية بعد جوجل السعودية حسب تصنيف موقع اليكسا، ويبلغ عدد المشتركين من داخل المملكة العربية السعودية 4.3 مليون مشترك وفقا لإحصائيات يونيو 2011، وقد شهد موقع الفيس بوك كثيراً من الجدل في بدايته ولا زال إلا أن الوتيرة خفت، خصوصاً من بعض الأشخاص والأعلام الذين يعتقدون بوجود مؤامرة تقف خلف إنشاء الموقع، ويعتقدون بأنّه يهدد بشكل مباشر سلامة المجتمع والدين

أصبح الفيس بوك موقعاً مهماً للتواصل بالنسبة للسعوديين وهو ما يشرح سبب تصنيفه المرتفع ومن خلال الموقع تمت الكثير من الحركات الاجتماعية الواعية والتي كان من ابرزها مجموعة FreeFouad التي أنشأتها الكاتبة والقاصة هديل محمد الحضيف للمطالبة بالإفراج عن المدون فؤاد الفرحان إثر اعتقاله من قبل السلطات السعودية، كذلك مجموعة الحملة الشعبية للمساهمة في إنقاذ مدينة جدة التي أسسها رياض الزهراني إثر أحداث فيضانات جدة 2009 في 26نوفمبر 2009، لتكون المجموعة مقر عمليات للأعمال التطوعية في إنقاذ المتضررين من السيول التي داهمت جدة والتي التحق بها ما يزيد عن 45000 عضو خلال شهر.

كما تم من خلال المجموعة تصعيد آثار الكارثة إعلامياً حيث بادر الأعضاء بتوثيق الحدث بالصور والفيديو وهو الأمر الذي سبب حرجاً لوكالة الأنباء السعودية التي نشرت خبراً عن الأمطار يخالف الحقيقة وصفه لاحقاً وزير الإعلام والثقافة السعودي عبد العزيز خوجة في حوار له مع إحدى الصحف بالمستفز والمجوج.

كما تم تصعيد حيثيات الكارثة قانونياً من خلال المجموعة على موقع فيس بوك حيث بادر الفريق القانوني برفع قضية ضد المتورطين في التسبب بأضرار الكارثة نيابةً عن الأهالي وجمع تواقيع الأعضاء للتأييد وهو ما عززته أعلى سلطة بالمملكة العربية السعودية ممثلة في الملك عبد الله بن عبد العزيز الذي أصدر قراراً ملكياً بعد أربعة أيام بعد الأول من نوعه ويقضي بتشكيل لجنة لتقصي الحقائق وإحالة المتورطين للمحاكمة وكذلك تعويض أهالي المتضررين، وقد كانت المجموعة محل دراسة كثير من رسائل الماجستير والمتخصصين حول التواصل الاجتماعي على الشبكة كما سلّطت الضوء على ما يسمى بالإعلام البديل وتأثيره على المجتمعات.

كذلك فإن موقع فيس بوك في السعودية قد كسر الكثير من الحواجز بين المسؤولين والمواطنين حيث بادر وزير الثقافة والإعلام الدكتور عبد العزيز خوجة بإنشاء حساب خاص به، تلاه وزير العدل الدكتور محمد بن عبد الكريم العيسى كما أن مجموعة كبيرة من أصحاب الرأي والفن والثقافة والرياضة ومشاهير آخرون في مجالات مختلفة يمتلكون حسابات خاصة بهم على الموقع ويتواصلون مع محبيهم مباشرة من خلاله.

يمكننا القول أيضا بأن هذه الشبكات قد اسهمت في رفع مستوى الوعي لدى الشعوب، وتأكدها من أنها هي مصدر الشرعية، تمنحها لمن تشاء وتزيحها متى بدا لها ذلك. وإن هذه الشبكات قد افرزت قيما جديدة، لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه، مادامت المطالب موحدة والمصير مشترك. ويمكننا القول بالمحصلة، إن هذه الشبكات أبانت بأن ثمة شعوبا حية ويقظة، حتى وإن خضعت لعقود من الظلم والاستبداد.

❖ سمات مواقع التواصل

هنالك الكثيرمن السمات والميزات التي ساهمت في تضخم الدور الاعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي ومكن تلخيص اهم ما توصل اليه الباحثين في ما يلي:

1. مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، متعدد الوسائط.
2. استخدم الشباب شبكات التواصل الإجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.
3. عدّ مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً؛ ويقصد به "الموقع الذي يمارس فيه النقد".
4. لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها اصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي،
5. اصبحت تتشكل بفضل شبكة الإنترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة امكنة إفتراضية، وإن من بين مزاياها نهاية فوبيا المكان.
6. انّها فضاءات مفتوحة للتمرّد والثورة – بداية من التمرّد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسيّة.
7. ان المستخدمين يسعون أكثر لكسب رأسمال رمزي من وراء إنخراطهم في هذا الإعلام أكثر من إنخراطهم في تحقيق رأسمال مادي، ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني.
8. تفتقر مواقع الاتصال الاجتماعي الى الوضوح، بالنسبة الى مجاله ومداه، وقد يعني هذا ان اشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والفوضى الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.
9. تتشكل الاجندة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها.

10. ان التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاء الاعلام الجديد مكملا له.

11. إن تخلف الديمقراطية وممارستها في الوطن العربي يعود إلى تخلف في فهم أوعية الديمقراطية ووسائطها في الفكر، ويؤدي هذا إلى تبدد انتشار الفكر وشيوعه وتداوله لأن التداول على السلطة ما هو إلا تداول على أفكار وتصورات ومناهج.

❖ ثقافة التغيير ودور شبكات التواصل في الثورات العربية:

إن نشوء هذا الفضاء الجديد من الحرية اسهم في التحول النوعي الذي طرأ على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، من كونها أداة للترفيه، والتواصل، إلى أداة للتنظير والتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعّالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولياً لوسائل الإعلام العالمية.

صحيح أن الإعلام وحده لا يصنع التغيير، وأن التغيير هو نتاج إرادة عامة، يحركها دافع الناس الطبيعي نحو هذا التغيير، والإعلام إنما هو أداة من مجموعة أدوات

إن الإرادة بدون وسائل الإعلام قد لا تساوي شيئاً، والعكس صحيح! فما جرى هو نتاج عوامل تفاعلت مع بعضها لتنتج لنا تغييرا بأسلوب لم يعهده عالمنا العربي من قبل، وغيّر أنماط حياتهم، مضفياً عليها مزيداً من التفاعل، والتواصل. فهل من سبيل إلى جهد منظم، لتوظيفه من أجل قضيتنا العادلة كما يفعل أعداؤنا من أجل قضاياهم غير العادلة؟!.

وأصبحنا بفضل هذه الثورة أمام إعلام جديد لا يحتاج إلى أي رأسمال، كل رأسمالك هو هاتفك النقال وكاميرا وحاسوبك الشخصي. ولا يمكن لإعلام الجديد الاستغناء عن الإعلام التقليدي وأنه لن يتحقق له الرواج إلا إذا استخدمه

الإعلام التقليدي وأشار إليه ونقل عنه، فالكثير من الأحداث كان السبق فيها للمدونين أو لبعض المواقع الإلكترونية

ان الكثير من التلفزيونات اليوم يمكن توقف بثها المباشر وتعرض خدماتها على الإنترنت، وأصبح الكثير من القنوات التلفزيونية لديها حسابات مثلا على الـ YouTube والـ Facebook والـ Twitter.

عند ظهور مواقع التواصل، فإن العرب إجمالا قاموا باستخدامه اولا، وقبل كل شيء، كأداة للطرح السياسي، وذلك لعدم وجود اعلام محايد او مؤسسات للمجتمع المدني او نشاط سياسي في الشارع العربي.

لكن هناك مبالغة في الدور الفعلي لمواقع التواصل في تغيير واقع السياسة. وإن دور اعضاء مجموعات فيس بوك او المشاركين هو في غالب الاحيان رمزي، ولا يتعدى حدود الشكليات.

لذلك، فإن النشاط السياسي في الانترنت لا يترجم بالضرورة الى تغيير او نشاط سياسي فعلي في الشارع العربي. وبالرغم من النشاط الكبير على الانترنت في مصر، الا ان التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت، بل تولد في الشارع، وجاءت مواقع التواصل مكملة له، وهذا بسبب الامية التي تعاني منها الشعوب العربية.

لقد قامت مواقع التواصل الاجتماعي بدور ملموس في حشد وتوجيه المتظاهرين، لكنها لم تكن حاسم في تسيير الاحداث.

في مصر، استمرت المظاهرات بشكل كبير بعد قطع خدمات الانترنت. وكذلك، في اليمن، يقتصر عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على عدد صغير، لا يواكب حجم الاحداث في الشارع اليمني. لذلك، فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل اساس عن طريق مواقع التواصل. ولكن نقطة الاتفاق

الرئيس هي عن دور مواقع التواصل في إيصال صوت الشارع العربي الى أنحاء العالم، من دون شك، كان لأفلام يوتيوب "والنشاط التويتري" دور كبير في حشد الاهتمام الدولي لقضايا الاستبداد في بعض دول العالم العربي.

ولا يزال دور الحكومات العربية مواقع التواصل الاجتماعي غامضا، وقد يؤدي وجودها في مواقع التواصل الاجتماعي الى تغيير شكل المداولات السياسية. ففي المستقبل القريب، اذا كان هناك توظيف مثالي من قبل الحكومات العربية فسيكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للاعلام عما نعيشه اليوم. وفي حال انخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإن الطرح السياسي على تويتر وغيره سيصل الى مرحلة اكبر من النضج الفكري. سيؤسس المجتمع المدني الى خطاب سياسي جديد وسيكون له أثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي باختصار مرحلة انتقالية من الركود الى الوعي السياسي؛ وبالتأكيد مرحلة انتقالية في تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدني. لذلك، فإننا قد نرى في المستقبل القريب ركودا سياسيا في مواقع التواصل الاجتماعي، يعوض عنه بنشاط حقيقي في منظمات المجتمع المدني والعملية السياسية.

جيل التغيير هو المصطلح الذي يصبو إليه الشاب العربي، والذي سيقوم تدريجيا بالانتقال من الكتابة الشكلية على الانترنت الى التأثير الحقيقي في العملية السياسية، عند حدوث ذلك، فإننا سنشهد تحولا من كون مواقع التواصل الاجتماعي منبرا سياسيا الى أداة اجتماعية، وسيجد الخطاب السياسي مساحة اكبر وتأثيرا أوضح

وتتأتى القابلية على التغير من المقدرة على ذلك، ومن الاستطاعة لإدراكه، أيا ما تكن المعوقات. ويجند الفرد كما الجماعة بموجبه، قدراتهما على العطاء والتضحية، حتى وإن تطلب الأمر لبلوغ ذلك، التسليم في الرزق أو الطموح أو الحياة، لأن المطلب أقوى بكثير. القابلية هنا لا تحتكم إلى مصلحة خاصة، فردية

ومباشرة، ولا تنبني على تطلع لإدراك هذه المنفعة الذاتية أو تلك، مادية كانت أو رمزية. إنها مصلحة الجماعة والمجموعة.

وما أفرزته الأحداث الجديدة في منطقة الشرق الأوسط، والتي لم يجر توصيفها علميا بعد، هل هي ثورات شعبية، أم حركات تغيير، أم احتجاجات شعبية...تجاوزت الأطر الإيديولوجية لمثيلاتها سابقا، فما يحدث، نتج جراء اليأس الذي يصيب الشباب من أن الثروات المادية التي يملكها الحكام العرب، والتي يسخرها الغرب لصالح شعوبه، لم تأت بأي نفع على شعوبنا العربية، هذا اليأس المتراكم لا يحتاج إلى أي فكر ثوري يشحذ همم الناس بقدر ما يحتاج إلى مشاركة المختلفين في الرأي للمشاركة في الحال، وهذا ما ظهر واضحا أن المظاهرات التي جرت في العراق ألغت عمليا مفهوم الطوائف والديانات والفئات القومية، وأعطت مثالا أن مثل هذه التقسيمات هي من صنع السياسيين وليس من صنع الواقع العراقي.

علينا أن نفهم أن للتغيير ثقافته، ولا يمكن أن نفرض على أي تغيير شعبي كبير ومتعدد الأطراف أية ثقافة مسبقة، شخصيا تابعت مواقف الأحزاب التقدمية من الأوضاع في تونس ومصر والعراق والسودان واليمن، فوجدت أن هذه الأحزاب تريثت في المواقف، ولكنها أيدت التغيير، هي لا تريد أن تكون بديلا عن حركات الشباب، وفي الوقت نفسه لا تريد أن تتسلم قيادة الشباب، فشعارات اليوم من المرونة والوضوح لم تجد لها بعد أرضية مفاهيمية، وقد شهدنا في ميدان التحرير في مصر كيف أن النكتة تحولت إلى شعارات، وكانت مؤثرة في استقطاب الإعلام، هذا الموقف الجدلي سيكون هو الأكثر صوابا من المواقف التي تقف ضد التغيير، أو تلك التي لا يعنيها التغيير. وبالتأكيد لدينا في العراق هذه المواقف كلها، وعلى الشباب أن يعوا جيدا أن نجاح أية مواقف لا يعني نهاية الصراع، ومشروع الشباب الثوري دون غيره لا يقف عند إنجاز أو شكل حكم، بل يستمر دون توقف، لاسيما في منطقة لم تحصل من التقدم والحداثة إلا القليل.

❖ **مواقع التواصل ليست بديلا لوسائل للاعلام:**

أجمع خبراء إعلاميون على ضرورة التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها أدوات مكملة للوسائل الإعلامية التقليدية وليست بديلا لها، مؤكدين أنه رغم ما تمثله هذه الوسائل من اهمية إلا أنها تفتقد إلى حد بعيد للمصداقية والثقة التي يتمتع بها الإعلام التقليدي.

وفي جلسة حوارية بعنوان "الخبر في زمن الطفرة الرقمية" ضمن فعاليات اليوم الأول لمنتدى الإعلام العربي دعا المشاركين إلى ضرورة التأكيد على الالتزام بالموضوعية والحيادية والمهنية الإعلامية بعيدا عن الدخول في أجندات سياسية أو مشاريع تخدم توجهات معينة على حساب آخرى.

وطالب هؤلاء وسائل الاعلام أن تتقن أصول التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي التي لن تكون بديلا عن الاعلام، مع الحفاظ على أعلى مستويات الثقة لدى المشاهد أو القارئ، حيث تقع مسئولية بناء هذه الثقة على عاتق الجهات الإعلامية ذاتها وليس المتلقي ذاته.

وناقشت الجلسة العديد من المحاور المهمة المتعلقة بصنع الخبر في المستقبل والتطورات والتحولات في بيئة عمل المراسلين الميدانيين وكيف أثرت على صناعة الخبر، فضلا عن التساؤلات بشأن تراجع مهنة المراسل الميداني التقليدي في المدى القريب.

وقال ظاعن شاهين، المدير العام لقطاع النشر، مؤسسة دبي للإعلام رئيس تحرير صحيفة البيان، أن الاعلام صناعة تختلف كلياً عن مواقع التواصل الاجتماعي التي تفتقد المصداقية والثقة إلى حد بعيد، كما أن الفكر بين الوسيلتين مختلف كليا حيث ان الصحافة الورقية والوسائل الأخرى كالتليفزيون والراديو لديها تقاليد مهنية لا يمكن التخلي عنها، مؤكدا على ضرورة مواصلة الانضباط رغم سيل الاخبار المتدفق يوميا على غرف التحرير التي

باتت بدورها أكثر قدرة على البحث عن حقيقة الخبر رغم المصادر المتشعبة التي تتدفق منها الأخبار.

وأضاف أن الصحافة المكتوبة لديها مساحة لتحليل الخبر وإعداد للنشر في اليوم التالي، مشيرا الى السيل المتدفق يوميا من الأخبار من مختلف المصادر جعل الصحفي متأخرا في إدراك ما يدور من أحداث مقارنة بما كان معهودا عنه في السابق بأنه أول من يعلم، بعد أن أصبحت المعلومة الإخبارية تأتي من الأفراد.

وعلى الرغم من ذلك، أكد شاهين على أن وسائل الاعلام الاجتماعي لم ولن تكن بديلا أبدا عن الإعلام التقليدي، في هذه الوسائط ربما تنقل الصورة لكنها لا تستطيع أن تنقل أو تنظر إلى خارج الإطار، مشيرا إلى إذا كان ذلك صحيحاً لاضطرت الصحف والمحطات التليفزيونية لإغلاق أبوابها.

أما نادية أبو المجد، مدير تحرير غرفة الأخبار قناة "مصر العربية" فشددت على ضرورة الالتزام بأعلى المعايير المهنية والأخلاقية والمصداقية في العمل الإعلامي العربي، بعيدا عن الأهواء والميول السياسية والشخصية، وانه يجب على الصحافي ان يتجرد من عواطفة وميولة عند كاتبة الخبر.

وقالت أن قواعد المهنة لا تختلف من وسيلة إلى أخرى، لكن ما حدث بسبب الحراك السياسي الذي شهدته المنطقة أوجد مناخاً جديداً يصعب معه عزل المشاعر عن الخبر، حيث بات الصحفي ناشطا سياسيا ومغردا ومعارضا وبطلا قوميا في زمن السباق الى الشهرة، مما أثر على القواعد المهنية، مؤكدة ان الصحفي يجب أن يظل صحفياً بعيدا عن هذه النزاعات، في حين تضع حياتنا في خطر لنقل الحقيقة في زمن الحروب والنزاعات لهذا يجب أن نكون مهنيين في هذه الظروف أكثر من أي وقت مضى، وذلك رغم الضغوط التي تفرض بهدف محاربة الدقة.

من جهته اعتبر ثائر سوقار، مدير الاستراتيجيات الرقمية، قناة "سكاي نيوزعربية، ومواقع التواصل الإجتماعي وسيلة مؤثرة في التغيير والتعبير وأداه

لوسائل الاعلام لجمع الأخبار، خاصة وأن بعض الجهات والمؤسسات الدولية تستخدمها كوسيلة لنشر الأخبار مشيرا في هذا الصدد الى وصول خبر التعديل الوزاري في الإمارات عبر هذه القنوات قبل أن يصل إلى وسائل الإعلام، الأمر الذي يزيد من أهمية هذه الوسائل.

وأكد أن هذه القنوات والوسائل باتت حقيقة لا يمكن ان يغلقها أحد، لهذا يجب التعامل معها باعتبارها "العدو الصديق"، مشيرا إلى أن هذا الواقع يزيد من أهمية الاعلام في تعميق الخبر وتحليله، وأن هذه وسائل الإعلام الإجتماعي ليست بديلا عن الإعلام التقليدي بل تعد مكملة لها وفقاً لإجماع الخبراء.

وشدد على أهمية الا يقود الحرص على السبق في الأخبار خاصة في مناطق الأحداث الملتهبة، الى الترويج لاخبار مضللة وغير دقيقة، لكن هذا لا يعني عدم الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد المصدر الأكثر شيوعا للوصول إلى الخبر في سوريا حاليا.

وقال أن هذا الأمر يستلزم التحقق من الاخبار ومصادرها وفرض مزيد من الضغوط للتحري عن الخبر عبر استشارة أكثر من مصدر قبل نشره.

أما سامية نخول، محررة منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركيا،طومسونرويترز، فرفضت ما يسمى بالإعلام البديل وقالت إن عملنا كإعلاميين يفرض علينا نقل الخبر الصحيح والدقيق بعيدا عن الأجندات السياسية والأخبار والفيديوهات "المفبركة" في زمن تتزاحم فيه مصادر الأخبار والمعلومات، لهذا علينا التحقق من الخبر بالالتزام بأعلى معايير المهنية، مؤكدة أن دور الإعلام أكبر بكثير من خلال الرصد والتحليل واعطاء الخبر بعداً أعمق.

وأكدت أنه لا يوجد بديل عن تواجد الوسائل الاعلامية والمراسلين لها على الأرض بأي وسيلة، فلا يمكن أن نكتب عن واقع وما يحدث فيها عن بعد وبدون أن

تتواجد في مواقع الأحداث، موضحة أن الوكالات العالمية تخسر مراسليها في الحروب بحثا عن دقة الخبر.

بدورها رصدت ريما مكتبي، مراسلة، قناة العربية، عبر تجربة على الارض قامت بها في زيارة إلى سوريا والالتقاء بعدد من المراسيلن المواطنين، مشيرة إلى أنهم يلعبون دورا مهما في بعض الأوقات في المساعدة على نقل واقع يصعب للمراسلين والقنوات الوصول إليه أحيانا بسبب القيود التي قد تفرض على الصحفيين والإعلامين ومنعهم من الدخول للمواقع واغلاق محاطتهم وتهديدهم في كثير الأحيان، مؤكدة ضرورة مطالبة الحكومات بتسهيل وصول الصحفيين الى مواقع الأحداث.

الوحدة الخامسة عشر

خدمات البث باستخدام الهاتف المحمول

الوحدة الخامسة عشر
خدمات البث بإستخدام الهاتف المحمول

❖ **تعريف الهاتف المحمول:**

الهاتف المحمول أو النقال أو الخلوي أو الخليوي او الجوال أو المتحرك (تعريب من الموبايل أو البورتابل) هو أحد أشكال أدوات الاتصال والذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة من أبراج البث الموزعة ضمن مساحة معينة.

❖ **تطور الهاتف المحمول:**

مع تطور أجهزة الهاتف النقال أصبحت الأجهزة أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي بحيث أصبحت تستخدم كأجهزة الحاسوب الكفيّ للمواعيد واستقبال البريد الصوتي وتصفح الشابكة والأجهزة الجديدة يمكنها التصوير بنفس نقاء ووضوح الكاميرات الرقمية.كما قد أصبحت الهواتف النقالة أحد وسائل الإعلان كذلك وبسبب التنافس الشديد بين مشغلي أجهزة الهاتف النقال أصبحت تكلفة المكالمات وتبادل المعطيات في متناول جميع فئات المجتمع. لذا فإن عدد مستخدمي هذه الأجهزة في العالم والعالم العربي يتزايد بشكل يومي ليحل محل أجهزة الاتصال الثابتة.

ويعود تاريخية إلى عام 1947 عندما بدات شركة لوسست تكنولوجيز التجارب في معملها بنيو جرزي الامريكية ولكنها لم تكن صاحبة أول خلوي محمول بل كان صاحب هذا الإنجاز هو الأمريكي مارتن كوبر الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو حيث أجري أول مكالمة به في 3 أبريل عام 1973.

المبدأ الرئيس في الهاتف النقال يعتمد على دائرة استقبال وإرسال عن طريق إشارات ذبذبية عبر محطات إرسال أرضية ومنها فضائية تماما مثل إشارات المذياع لكن الخلوي وشبكاته الأرضية يختلف عنهم وإشارات ذبذبية مثل رسم القلب

تصاعدي وتنازلي وهي قوية جدا تصل إلى MZ 20 إرسالا واستقبالا في الثانية الواحدة أما عن طريقة الاتصال فتكون عن طريق دائرة متكاملة تكمن في المحمول الشخصي والسويتش الرئيسي الخاص بالشركة والخط (بطاقة السيم) وهي بطاقة صغيرة بها وحدة تخزين صغيرة جدا ودقيقة ووحدة معالجة تخزن بها بيانات المستخدم الذي يستخدمه للاتصال بالآخرين.

أما عن خواص المحمول فيتكون من دائرة استقبال وإرسال ووحدة معالجة مركزية وفرعية ورامة وفلاش لتخزين المعلومات ويمكن كتابة الرسائل القصيرة والاستمتاع بخواص المحمول وهي:

- الاتصال بالآخرين ورؤيتهم عن طريق الجيل الجديد من الأجهزة dct4 المزودة بكُمرات دقيقة.
- يمكن إرسال الرسائل القصيرة لأي مكان في العالم.
- التسلية بالألعاب وكذا ألعاب الجافا الحديثة.
- التصوير حيث ان اغلب الاجهزة الخلوية مزودة بكميرا رقمية تصور بطريقتي الصور الفوتغرافية او تصوير الفيديو.
- الاستماع إلى ملفات صوتية بامتدادت مختلفة (مثل ogg.wav.mp3) والاستماع إلى المذياع ومسجل الصوتيات وغيرها من الألعاب المشتركة بين الأجهزة وعبر خطوط الشابكة.
- في الاجهزة الحديثة بات بالامكان الاستماع لاي اذاعة عالمية او مشاهدة أي قناة تلفزة عالمية او حتى تصفح اي جريد وصحيفة عالمية.

❖ خدمات البث عبر الهاتف الجوال:

كما ذكرنا في وحدة سابقة خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل ثلاثة اقسام رئيسية:

1. البث الحي على الهاتف الجوال.

2. بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـMMS ، وغيرهما.
3. بث خدمات الأخبار العاجلة.

وفي ما يلي نظرة مبسطة عنها:

1. البث الحي على الهاتف الجوال:

ويشمل قسمين رئيسن هما البث الاذاعي والبث التلفزيوني

أ) البث الاذاعي:

بدأت هذه الخدمة بالتطور الكبير الذي شهده انتاج الهاتف المحمول، حيث بات الهاتف المحمول جهاز متعدد الوظائف، فهو هاتف ومشغل موسيقى، وكاميرا ومنبه وغيرها، بالاضافة لكل تلك الوظائف فاصبح بالامكان استقبال الاذاعات عبر موجات الرديو القصيرة والطويلة.

ومع التطور الكبير الذي حصل في عالم المحمول ومع ظهور ما يسمى باجهزة الجيل الثالث 3g اصبح الآن بإمكان المستخدم تنزيل تطبيقات تسمح له بالاستماع لاي اذاعة في العالم بوساطة الانترنت وببث عالي الجودة.

ب) البث التلفزويني (Mobile TV):

Mobile TV او تلفزة الجوال: وهي تقنيات استقبال البث التلفزيوني التي يدعمها الجوال.

للبث التلفزيوني عبر المحمول شكلين رئيسيين هما:

- يعتمد الأول على شبكات الجيل الثالث 3g لتؤمن كلاً من الاستقبال الحي للبرامج أو استقبال البرامج بناءاً على الطلب. كما يستطيع المستخدم تسجيل البرامج التي استقبلها لإعادة مشاهدتها متى شاء. ويتطلب ذلك

قيام شركة الاتصالات ببث الأقنية التي تختارها عبر شبكة الجيل الثالث التابعة لها.

- أما النوع الثاني فيستقبل البث التلفزيوني الأرضي فقط ولا يتطلب من بث البرامج عبر شبكة الجيل الثالث.

❖ اهم التقنيات المستخدمة في البث التلفزيوني عبر الهاتف المحمول:

- تقنية DVB-T:

وهي تقنية أوروبية للبث التلفازي الأرضي، لم تصمم أصلاً لبث التلفزة إلى الجوال، ومع ذلك فإن العديد من المنتجين استطاعوا استقبال إشارة الـ DVB-T وعرضها على جوالاتهم. ونظراً لأن الـ DVB-T لم تصمم للجوال، فإنها تستهلك قدراً كبيراً من طاقته.

أما الجانب الجيد فيها فهو أنها لا تتطلب من شركة الاتصالات بث أقنية التلفاز على شبكتها، وبالتالي فلن يضطر المستخدم إلى دفع المال لمشاهدة برامج التلفاز على جواله، لكنها بالتأكيد تتطلب من قنوات التلفاز المحلية أن تبث برامجها على الـDVB-T وهذا الأمر محقق في جميع الدول الأوروبية كما في العديد من دول الشرق الأوسط والأقصى.

- تقنية DVB-H:

وهي تقنية بث التلفزة إلى الجوالات، قامت نوكيا بتطويرها واعتمدها معهد الاتصالات الأوروبي منذ عام 2004. وعلى خلاف الـ DVB-T فقد صممت الـ DVB-H خصيصاً للجوالات مع مراعاة طاقتها المحدودة، حيث استطاعت الجوالات المستقبلة لـ DVB-H أن تستهلك عُشر الطاقة التي تستهلكها جوالات الـ DVB-T كما تختلف التقنيتين عن بعضهما في طريقة العمل، إذ تقوم شركة الاتصالات باستقبال البث الحي للأقنية التي تختارها (فضائية أو أرضية) وإعادة

بثها على شبكتها من الجيل الثالث لتتمكن الجوالات المتمتعة بميزة استقبال الـ DVB-H والمشتركة في هذه الخدمة من استقبال البث الحي لتلك الأقنية.

- تقنية MediaFlo

وهي تقنية بث التلفزة إلى الجوالات التي طورتها شركة كوالكوم الأمريكية. وكما هو الحال في الـ DVB-H فإن شركات الاتصالات التي تبث التلفزة بواسطة الـ MediaFLO تقوم أيضاً باستقبال القنوات التي تختارها لتعيد بثها على شبكتها من الجيل الثالث. لكنها تمتاز على الـ DVB-H بأنها توفر للزبائن إمكانية طلب مشاهدة البرامج التي يرغبونها على جوالاتهم متى شاؤوا. تطبق الـMediaFLO حالياً في الولايات المتحدة كما يجري التخطيط لتطبيقها في اليابان.

- تقنية Sprint TV:

وهي خدمة استقبال البث التلفزيوني على الجوال والمدعومة من قبل شركة سبرينت، توفر هذه الخدمة كل شيء من أخبار ورياضة وطقس وبرامج أطفال وتوفر أيضاً خدمة مشاهدة البرامج حسب الطلب.

❖ نظرة على واقع البث التلفزيوني عبر المحمول:

نظراً إلى التحول الذي ظهر أخيراً على سلوكيات المستهلك نتيجة تطور وتبني عدد من التقنيات المختلفة، يشهد الواقع الإعلامي الذي يتسم بالتفاعلية والطابع الشخصي نمواً ملحوظاً. وقد جاء هذا السوق بالتحديد كنتيجة متوقعة لتقنيات المعلومات والاتصالات الرقمية، إلى جانب الانتشار الواسع للشبكات والأجهزة ذات الكفاءة والقدرة العالية، التي كانت جميعها كفيلة بخلق سوق عمل جديد وحاجة ملحة لإعادة النظر بأهداف السياسات ذات العلاقة.

وفي هذا الشأن يؤكد المختصون أن هذه التغيرات الجوهرية الحاصلة في عالم التكنولوجيا والأعمال تدعو إلى إجراء بعض التعديلات والتغييرات على أنظمة القطاع الموجودة حالياً، والتي غالباً ما تكون غير مترابطة.

بات من الضروري على القطاعات المترابطة إلى العمل يداً بيد مع مزودي ومجمعي المحتوى التلفزيوني والفيديو على حد سواء، لتعديل خدماتهم، بحيث تلبي رغبات المستهلك وحاجاته وسلوكه، وذلك لكي يتمكنوا من تقديم عروض تلفزيون وفيديو مرغوبة وناجحة. ولكي يتسنى تحقيق ذلك، فإنه لا بد على القطاع من مراجعة واستعراض الأنظمة الحالية التي تحكم العروض المطروحة في السوق بحيث تعكس واقع هذا القرن الرقمي

في دراسة أجرتها شركة إريكسون في هذا الخصوص، كشفت بأن المستهلك يستخدم المزيد من القنوات للتواصل، ولديه الآن أدوات وقنوات أكثر لاستقبال المواد الإعلامية والقيام بمهام عدة في الوقت عينه. وما يدل على ذلك ارتفاع عدد مستخدمي شبكات الاتصال عبر الإنترنت؛ ففي الولايات المتحدة على سبيل المثال بلغ عدد مستخدمي مثل هذه الشبكات 85.9 مليون مستخدم يشكل المراهقون جزءاً كبيراً منهم.

هذا وقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن 75٪ من المراهقين في الولايات المتحدة يستخدمون مواقع الشبكات المباشرة للتواصل عبر شبكة الإنترنت. ومما يثير الدهشة ما وجدته شركة إريكسون حول قضاء أحد مقدمي طلبات العمل للشركة، والذي يبلغ من العمر 21 عاماً، 10,000 ساعة في التحدث عبر الهاتف النقال، و3500 ساعة في التواصل عبر الإنترنت.

وهكذا أصبح المستهلك من العناصر القوية وذات الثقل في المحتوى المقدم عبر الإنترنت. ووفقاً لسمن فقد تمكن المستهلك من تعزيز سيطرته على المحتوى الإعلامي الذي يتابعه، بحيث أصبح بإمكانه اختيار ما يريد متابعته في الزمان والمكان وعبر الجهاز الذي يريده، أي بمعنى آخر تخصيص استهلاك المواد الإعلامية.

وأشارت الدراسات إلى أن 45٪ من مستهلكي المواد الإعلامية في الولايات المتحدة يمتلكون محتوى إلكتروني عبر الإنترنت، وتشير تقديرات إريكسون أنه وبحلول العام 2020 سيكون هناك حوالي 50 مليار جهاز قابلة للتواصل. ومن المتوقع أن يرتفع حجم سوق الدفع عبر النقال سوق دفعات الهاتف النقال ليصل إلى أكثر من 600 مليار دولار بحلول العام 2013، وأن تصل تصل قيمة الإعلانات عبر شبكة الإنترنت إلى 50 مليار دولار بحلول العام 2012.

تجدر الإشارة إلى أن الاختيارات الفردية لا زالت تسيطر على بعض العلامات التجارية الضخمة في قطاع الإعلام، وبحسب دراسة أجرتها إريكسون يبقى الهاتف النقال الخيار الرئيس والأول. إن نتائج هذه الدراسة كفيلة بالتأكيد على توقعات إريكسون التي تشير بأن الجهاز النقال سيصبح الأداة الرئيسة للدخول على شبكة الإنترنت بحلول العام 2020. ومع النمو الاستثنائي في أعداد مستخدمي الشبكة، لا نزال نتطلع إلى القوة الناتجة من الجمع بين الإنترنت والأجهزة النقالة.

2. بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـMMS .

في هذه الخدمة تقوم الشركات بالاتفاق مع شركات الدعاية والاعلان المختصة بارسال رسالة معينة سواء كانت تسويقية وتروجية او اعلامية لمشتركي الهاتف المحمول في منطقة جغرافية معينة:

- مميزات إستخدام نظام الترويج عن طريق رسائل الهاتف الجوال (SMS)

وفيما يلي سرد موجز لبعض مزايا هذه الخدمة:

- منخفض التكلفة وأرخص من وسائل أخرى مثل الراديو والتلفزيون.
- حفظ النص الترويجي، وهذا النظام يمتاز عن الإعلانات التجارية في الراديو والتلفزيون بأن الرسائل المرسلة عادة يتم تخزينها في ذاكرة هاتف العميل، حيث يمكنه الرجوع لها وقت ما يشاء.

- سلبيات إستخدام نظام الترويج عن طريق رسائل الهاتف الجوال (SMS)

- تكمن السلبية الرئيسية في هذه الخدمة أن بعض متلقي هذه الرسائل يحذفها دون قراءتها.

3. بث خدمات الأخبار العاجلة.

بهذه الخدمة تقوم المؤسسات المختصة بإرسال أخر الأخبار على هاتف العميل بمقابل مادي عن طريق رسائل ال sms أو عن طريق الرسائل المصورة أو حتى بطريقة الفيديو.

تتميز هذه الطريقة بإمكانية تحديد نوع الإخبار التي ترغب في تلقيها أو التركيز عليها بإمكان العميل طلب هذه الخدمة لأخبار الرياضة فقط أو أخبار الطقس او الأخبار المختصة بالعالم العربي وغيرها من أشكال الأخبار.

الوحدة السادسة عشر

واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي

الوحدة السادسة عشر
واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي

❖ التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي الالكتروني:

هنالك جدال واسع بين جميع الأوساط الإعلامية والسياسية والثقافية بل وعلى المستوى الشعبي حول أهمية الدور المتنامي للإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي، والتعرف على أهم مميزا زت هذا الدور، والتعرف على جوانب ونقاط القوة والضعف في الإعلام الإلكتروني، وكذلك استشراف مستقبل الإعلام التقليدي ومدى استجابته لهذه المدخلات، ومواكبة التطور المتلاحق لوسائل الإعلام غير التقليدية، ومحاولة إيجاد المساحة المشتركة بينهما لتطوير العمل الإعلامي بشكل عام سواء في الإعلام التقليدي أو الإعلام الإلكتروني.

- إن المشهد الإعلامي بشكل عام يفرض عل المختصين تفكيرا معمقا بخصوصياته، وعولته، وآفاقه، مما يتطلب التعرف على أهمية الدور الإعلامي، وتأثيره على حرية التعبير وتداول المعلومات.
- ثورة الإعلام الاجتماعي وقنواته بدت أكثر تأثيرا من الإعلام التقليدي، سواء الصحافة الورقية، والإذاعة والتليفزيون ... إلخ. وهي أساس التواصل المجتمعي، وتبادل المعلومات.
- البحث في خصائص كل وسيلة لاستخلاص النتائج ووضع تصورات مستقبلية للتعامل مع الوسائل الإعلامية بكافة أشكالها.

في البداية وبعد ان تعرفنا في فصول ووحدات سابقة لمفهوم الاعلام الالكتروني فلا بد من التذكير والتعريف بمعنا الاعلام التقليدي.

❖ مفهوم مصطلح الإعلام:

إن كلمة إعلام إنما تعني أساسا الإخبار وتقديم معلومات، أن أعلم، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار – معلومات – أفكار – آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة.

بذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه. كما يعني المصطلح "تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة للناس، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور.

- **الإعلام لغة:**

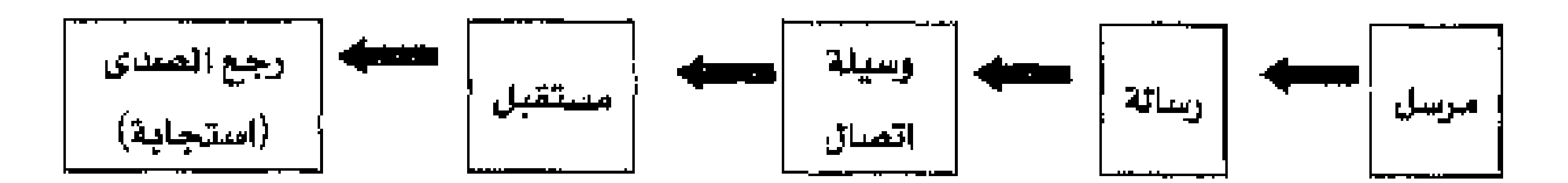
هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به.

- **تعريف الإعلام التقليدي:**

هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

"أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه. وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون. وقد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الغرائز وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحط من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه إلى غرائزهم لا إلى عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفازية، والمجلات الإسلامية؛ لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال. معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها. ومهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام، إلا اننا تتفق على أنها "الوسيلة الرئيسة التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن، بغرض التعريف عما يجري في العالم من أخبار وأنباء عن مختلفة سواء سياسية أو

اقتصادية أو اجتماعية او دينية أو ثقافية أو ترفيهية، إشباعا لرغبات البشر في فهم ما يحيط بهم من ظواهر". وبشكل آخر "الإعلام هو عبارة عن استقصاء الأنباء الآتية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة". وتعتمد النظرية الإعلامية سواء بشكلها التقليدي أو الإلكتروني أو الحديث أو الإعلام الجديد كما يطلق عليها بعض الباحثين على نظرية الاتصال المعروفة منذ العالم أرسطو حتى الآن وهي عناصر الاتصال. وتعتمد جميع الوسائل الإعلامية على نظرية الاتصال المعروفة:



❖ أشكال الإعلام التقليدي:

تشمل وسائل الإعلام التقليدية الإذاعة – التليفزيون – الصحف المطبوعة، المجلات.

وهي تلك الوسائل المملوكة إما للدولة، وأما للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الأفراد. وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانيات البشرية والتقنية، والأخرى ترتبط بعناصر رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك فإن الأسلوب التي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

أصبح الإعلام الالكتروني المصدر الثاني بعد الفضائيات في الحصول على المعلومة فيما يُرصد تراجع الصحافة المطبوعة والإذاعية. ويتوقع أن تحتل المواقع الالكترونية المرتبة الأولى في فترة قريبة بعد تمكنها من مزج الصوت والصورة في صفحاتها.

للصحافة الإلكترونية أهمية بالغة في حياتنا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفي جميع نواحي الحياة. وقد تطورت تكنولوجيا الاتصالات بشكل هائل نتيجة التطور التقني وانتشار المعلومات بسرعة فائقة حتى استطاعت أن تعبر القارات وتتخطى الحدود.

❖ مقارنة بين الاعلام التقليدي بالاعلام الاكتروني:

يرفض البعض المقارنة بين الاعلام التقليدي والإلكتروني من منطلق أن الاعلام التقليدي والصحافة بالذات هو اعلام بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة وأن الاعلام الالكتروني والصحافة الإلكترونية بالذات مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور وبشكل آلي مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية.

أما الطرف الآخر فيرى أن الاعلام الإلكتروني مكمل لدور الاعلام التقليدي والصحافة الورقية والمطبوعة والتلفزيون والراديو وباقي وسائل الاعلام وليس هناك صراع بينهما إلا أن التمويل أصبح الآن من آليات نجاح تلك الصحف في شكلها الحديث، وثقافة الإنترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في ازدياد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب وتراجع اعداد مشاهدي التلفزيون تدريجيا.

ظهرت الصحافة الإلكترونية لأول مرة في منتصف التسعينيات الميلادية، لتشكل بذلك ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت مباشرة بعصور ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وبعد ظهور الاعلام الاكتروني وتطوره السريع لاحظ الجميع

سواء المختصين او الجمهور والمتابع العادي العديد من الفروقات بين النمطين أهمها:

- مشهد اعلامي اكثر انفتاحا:

أصبح المشهد الإعلامي والاتصالي الدولي أكثر انفتاحاً وسعةً، حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء دونما تعقيدات مثل ما يحصل في الصحافة الورقية مثلا وموافقة الناشر في حدود معينة.

- تخطي حدود الجغرافيا:

لقد كان لذلك اثر كبير على الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق، بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية بيسر وسهولة.

- سهولة التعامل مع الاعلام الالكتروني:

كانت بداية الصحافة الإلكترونية مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة. وتحديداً انطلقت من منتديات الحوار التي تتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها.

يكفيك أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب ورفعها لموقعك.. ليبدأ بعدها الموقع في العمل وفي اجتذاب عدد كبير من الزوار. وقد نجحت هذه المنتديات في جذب واستقطاب المتصفحين الذين يضعون فيها آراءً وأفكاراً حرةً غير خاضعة للرقابة، ومن خلالها بدأ أصحاب الرأي الواحد يشكلون فيما بينهم مجموعات داخل المنتديات التي يتبادلون خلالها الحوارات. وبالطبع فإن الحرية التي تميزت بها الإنترنت وعدم السيطرة عليها في البداية وسرعة تداول المعلومات هو الذي حفز الجميع للاهتمام بالإنترنت وتعلم استخدام الكمبيوتر.

- الاعلام الالكتروني اعلام تفاعلي

يتمتع القارئ والكاتب على الإنترنت بتفاعل مباشر إذ يمكنهما أن يلتقيا في التو، وبحرية كبيرة بخلاف الصحافة الورقية التي تكون بالعادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل الناشر لأكثر من مرة حتى يكون وفقاً لسياسة الصحيفة. وتتيح الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها وتنشرها للقراء.

وتتمتع بسرعة فائقة في تلقي الأخبار العاجلة وتضمين الصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقية الخبر، وكذلك سهولة تداول البيانات على الإنترنت بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي او حتى الفضائيات والراديو التي يجب ان تنتظر في عضها مواعيد معينة لنشرات الاخبار

- التكاليف:

في هذا الجدول مقارنة بسيطة للتكاليف بين الاعلام التقليدي (صحيفة عى سبيل المثال) والاعلام الالكتروني:

البند	الاعلام التقليدي (صحيفة مثلا)	الاعلام الالكتروني (صحيفة الكترونية)
الترخيص والاجراءات التنظيمية	تحتاج لتكاليف مالية ضخمة بدءاً من الحصول على ترخيص مروراً بالإجراءات الرسمية والتنظيمية	تكاليف تكاد تكون معدومة حيث ان اغلب الدول لا تطلب اجراءات ترخيص
المعدات	من تكاليف المعدات في الصحف - الورق - ماكينات الطباعة - اماكن تخزين قبل النقل - وسائل نقل لتوزيع الصحف	كل ما تحتاجه هو حاسوب بالاضافة الى بعض البرمجيات

البند	الاعلام التقليدي (صحيفة مثلا)	الاعلام الالكتروني (صحيفة الكترونية)
العاملين في الصحيفة	ان الصحيفة بحاجة الى - عمال للطباعة - عمال لنقل الصحف وترتيبها داخل المطبعة - عمال توزيع الصحف	لا تحتاج الى عمال
المقر	يجب ان تملك الصحيفة مقر يتسع للعاملين فيها ويكون قريب من المطبعة لسهولة التنسيق	ويمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم دون الحاجة لمقر موحد.
التعميم والتوزيع	الصحف الورقية تحتاج لجهود كبير لتوزع محليا وفي قطر واحد ومجموعة من المختصين في هذا المجال	يتم متابعتها بواطة الشبكة بهذا لا تحتاج الى تكاليف

❖ مصادر التمويل الاعلام الالكتروني:

1) الإعلانات التجارية

كانت وسائل الإعلام القديمة تعتمد على الإعلانات التجارية في تمويلها اعتمادا رئيسيًا، وكذلك الحال في الاعلام الالكتروني: فمن أهم مصادر التمويل فيها الإعلانات التجارية التي تعلن على الموقع، وتقاس أهمية الإعلان بعدد الزوار للموقع، فكلما كان العدد أكبر كان الإعلان أرفع من ناحية السعر، ولكن يظل الإعلان في وسائل النشر الإلكتروني أرخص منه في وسائل النشر الأخرى:

التأكد من مصدرها، وموضوعيتها، والبعد عن التجريح، واستخدام الألفاظ النابية في المواقع الإلكترونية.

- **القصور في الاعلام الالكتروني العربي:**

لم يصل الاعلام الالكتروني العربي لدرجة النضوج فهو مفارقات وتناقضات كثيرة منها:

- عديد من وسائل الاعلام الالكتروني يقف خلفها مجموعة أفراد، ليس لهم علاقة بالصحافة ولم يطوروا قدراتهم من خلال دورات صحافية أو عمل ميداني صحفي أو بالانضمام لإحدى الصحف المحلية.
- عديد من وسائل الاعلام الالكترونية العربي تسرق من سبق الالكترونية الأخبار وتعيد صياغتها وتأتي صحيفة أخرى وتسرق لكن بدون إعادة الصياغة لأنها أصبحت اسطوانة مشروخة ومكشوفة !!
- كارثة الصحف الالكترونية تكمن في جهل التحرير الصحفي وفنونه. فقد كتبت على سبيل المثال صحيفة الكترونية: (غطست إطارات السيارة في الرمال) والصحيح أن الغطس في الماء ولا يكون في الرمال !!

- **الاعلام الالكتروني والتقليدي في الوطن العربي:**

يرتبط انتشار الصحافة الالكترونية بنمو ظاهرة الانترنت ووصولها الى اكبر عدد من المستخدمين في اماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالانترنت؛ وهو الامر الذي يفسر اسباب انتشار الصحافة الالكترونية في البلدان الغنية قبل الدول الاخرى وخصوصاً في الولايات المتحدة التي يشترك 70٪ من سكانها بشبكة الانترنت.

إن مواقع الاعلام الالكتروني عبر الانترنت بدأ اصدارها في مطلع العام 2000 بصدور صحيفة (الجريدة) في ابو ظبي في الاول من كانون الثاني من ذلك

العام، وصدرت بعدها عدة صحف الكترونية اخرى، من أهمها: اتجاهات (لسعودية)، باب وبوابة (الاردن) اسلام اون لاين (مصر)، لكن المشكلة كون بعضها مجرد مواقع اخبارية أكثر من كونها صحفاً بالمعنى الذي استقر للصحف الالكترونية.

وبرغم أن لمواقع الاعلامية العربية التي في الوطن العربي تسعى الى تقديم خدمات على نفس النمط الذي عرف عالمياً، وتشهد تطورات وتحديثات مستمرة الا ان تجربة هذه الصحافة في الوطن العربي تعترضها بعض المصاعب أو الاخفاقات ومن بينها:

1. قلة المستخدمين العرب بسبب ما أشرنا اليه من محدودية انتشار تقنية الانترنت وتوزيعه غير المتكافئ في الوطن العربي (مع الاشارة الا تناقص في هذه المشكلة بسبب التطور السريع الذي تشهده وسائل الاتصالات وقطاع الانترنت بشكل خاص).
2. نقص العاملين من صحفيين ومهنيين وتقنيين ذوو صلة بمهنة الصحافة ويتقنون في الوقت ذاته مهارة اصدار الصحيفة على الانترنت من الناحيتين التحريرية والتقنية
3. ظاهرة القص واللصق والنشر التلقائي للخبر الوارد من وكالات الانباء أو من المصادر الاخرى دون تمحيص بمضامين الخبر التي قد تكون غير دقيقة أو غير منسجمة مع الرؤية العربية للأحداث والقضايا المختلفة وهو أمر يعو الى إمكانيات البث السريع عبر الانترنت الذي يغري هذه الصحف على مايبدو الى وضع هذه الاخبار على الشبكة دون تمحيص تحقيقاً لمبدأ الفورية فتقع في خطأ التسرع وعدم الدقة.

وهو أمر لايحصل في الصحافة التقليدية التي توفر للمحرر وقتاً كافياً لمراجعة الخبر وإعادة كتابته، وحتى في التلفزيون أو الاذاعة فهناك، مواعيد ثابتة للنشرات الاخبارية وتقاليد عمل تحد من مثل هذه الاخطاء.

4. عدم الدقة في ذكر أسماء المواقع والاماكن والوقائع احياناً
5. حجم الاعلانات في الصحف الالكترونية العربية قليل جداً ولا يدر بالتالي موارد تتلاءم مع احتياجات هذه الصحف المالية لاغراض التشغيل والتقنيات واجور العاملين والكتاب وحجز المواقع على الإنترنت (وكما في المشكلة الاولى فهنالك تناقص كبير في هذه المشكلة بعد ازدياد انتشار الانترنت بشكل ملحوظ وبالتالي ازدياد عدد القراء والمتابعين وعليه ازدياد في عدد الشركات المعلنة).

❖ مراحل تطور الاعلام الالكتروني والصحافة الالكترونية العربية:

مرت الصحافة الالكترونية العربية بمراحل تطورت من خلالها إلى الشكل الفني والمهني التي هي عليه الآن، وهذه المراحل هي:

1) مرحلة النشر من خلال الاقراص المدمجة

وكانت اولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة وقد بدأته الصحف التالية:

- صحيفة الحياة، في 17 أكتوبر عام 1995 كان تاريخ إصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها إسم ارشيف الحياة الإلكترونية
- صحيفتي السفير والنهار اللبنانيتين، في يوليو عام 1997.
- صحيفة الاهرام المصرية، فبراير 1998.
- صحيفة الشرق الأوسط، في 14 مايو 1998

2) مرحلة إصدار النسخة الالكترونية:

تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الانترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الانترنت وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990. ويقول

الدكتور عبد الأمير الفيصل "أن الصحافة المكتوبة هي الأكثر أستفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خدمات الانترنت ، فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانع السياسية وايضا الإلتفاف على قوانين الإعلام التي أقل ما يقال بشأنها انها زجرية ومقيدة للحريات في أكثر الأحيان وفي غالبية الأقطار العربية.

3) مرحلة إصدار الصحيفة الالكترونية:

يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة الكترونية على الأنترنت بشكل مباشر، وهاتين المحاولتين كما يذكر الدكتور عماد بشير في "يناير 2000 حيث انطلقت من أبوظبي صحيفة الجريدة eljareeda.com، ثم في عام 2001 صحيفة إيلاف elaph.com. وإن هاتين الصحيفتين كانتا الكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية وإن كانت هناك نشرات إخبارية News Letters تحمل اخبارا عن لبنان من وكالات الانباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية. كما أنشأت على مستوى الصحف الورقية صحيفة "الشرق الأوسط" لنفسها موقعا في 9 ديسمبر 1995، ثم تلتها صحيفة "الحياة" في الاول من يونيو عام 1996 فا"السفير" في نهاية العام نفسه.

❖ مستقبل الصحافة الالكترونية العربية:

يقول المختصون أن مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية في تقدم مستمر وستشهد طفرات مبهرة خلال الفترة المقبلة مما يساهم في نجاح التدفق العربي الإلكتروني في كسر احتكار الإعلام الغربي للمعلومات.

وأن العاملين في هذا النوع من الصحافة في حاجة إلى وضع علاقة تنظيمية بالمؤسسة الصحفية لبيان موقفها القانوني، والتحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الإلكترونية انها غير معترف بها من قبل الدولة مما يجعلها في موقع لا محل له من الإعراب بالنسبة للقوانين والتشريعات بفقد الهوية القانونية داخل المؤسسات التي

يتعامل معها، كما تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها أيضاً بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرضها لغلق موقعها الصحفي ومداهمته ومصادرة أجهزته أو حجب الموقع عن المتلقي.

ولكن يرى آخرون أن الصحافة الالكترونية العربية تواجه جملة من التحديات من أهمها:

1. عدم وجود صحافيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطبعات الإلكترونية بما يعنيه ذلك من معرفة تامة بتقنيات الكومبيوتر والإنترنت.
2. قلة البرامج الداعمة للغة العربية.
3. عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة.
4. ضعف التموين.
5. الأمية الألكترونية والمعلوماتية.
6. الصحافة الإلكترونية والاعلام الالكتروني العربي يشهدان تحديا على مواكبة التطور العالمي بالشكل الذي يجعلها تفرض نفسها كواقع محسوس في حياة المواطن العربي، ومع ذلك فإن جهات عربية عديدة تسعى من أجل تدارك هذا الوضع من خلال معالجة التحديات وتدارك الوضع، "فركزت دول عربية وخاصة دول الخليج العربي منها على توسيع قاعدة مقروئية الانترنت من قبل أفراد المجتمع وتوسيع قاعدة مقروئية هذا النوع من الإعلام.

مع تزايد الإقبال العالمي على أستخدام الانترنت للوصول إلى تحقيق الغايات المعرفية والإعلامية اصبحت الأنترنت في العالم العربي عالما لا مجال للالتفات عنه أو عدم الأهتمام له أو تجاهله وإلا تجاوزنا الواقع كمهنة وأصبحنا امام واقع متخلف عن الركب العالمي الذي قد لا نجد بديلا عن التعامل معه والاستفادة مما يمكن تطويعه ليلائم أحتياجات الصحافة والجمهور العربيين.

❖ **العلاقة بين الاعلام التقليدي والإعلام الالكتروني – تكامل أم تنافس:**

- **نظرة تاريخية لواقع الاعلام التقليدي والإعلام الالكتروني – في مصر نموذجا –**

كان ظهور الإعلام الالكتروني المستقل لأول مرة مع بداية انتشار مواقع الانترنت التي تقدم خدمات البريد الإلكتروني المجانية، وهو ما سمح بظهور مجموعات البريد الإلكتروني، أول أشكال الإعلام الإلكتروني المستقل وكان بعض من هذه المجموعات يزيد عدد أعضائه عن الألف وفي أحياناً كثيرة عن العشرة آلاف، حيث كانت هذه المجموعات تضم ذوي الاهتمامات السياسية أو الثقافية المشتركة، ومن خلال النقاشات التي كانت تدور خلال هذه المجموعات البريدية نشأ نوع جديد من الإعلام شبه السري الذي يتجاوز خطابه الخطوط الحمراء المتعارف عليها سواء في السياسية أو الدين، وانتقلت المجموعات البريدية إلى المنتديات الإلكترونية لكن في كلا الحالتين سواء في المجموعات البريدية أو المنتديات كان هناك ما يعرف باسم "الأدمن" وعلى حسب ثقافة ومزاج هذا الأدمن كان يجري السيطرة على النقاشات في المنتديات والمجموعات البريدية لذلك فسقف الحرية وإن بدا أعلى بمراحل عن الصحافة الورقية لكنه في النهاية لا يزال سقف.

بالإضافة إلى أن المحتوى المنشور على المجموعات البريدية أو في المنتديات ليس محتوى مفتوح للجميع فيجب أن تكون مشتركاً في المجموعة البريدية او المنتدى لكي تقرأ الرسائل وإذا بحثت من خلال أي محرك بحث فلن يدرج في نتائجه الرسائل الإلكترونية أو المنتديات المغلقة.

في هذه المرحلة كان تناول الصحافة الورقية للإعلام الإلكتروني المستقل باعتباره أحد الصرعات العصرية الجديدة، وفي أكثر من جريدة أو مجلة كان هناك موضوعات صحفية من نوعية "شباب هام الضين يستخدم الانترنت ويحب مصر".

لكن مع بداية عام 2004 بدأت المدونات العربية في الظهور، وفي المدونات لم يكن هناك مكان للأدمن" مما قضى على فكرة السقف تماماً كما أن محتوى المدونات محتوى مفتوح وبالبحث عنه في أي محرك بحث سوف يظهر في الصفحات الأولى؛ وهو الأمر الذي منح المدونات قوتها وجعل منها نقلة مرحلية جديدة في مجال الإعلام الإلكتروني المستقل.

يعتبر مقال أمينة خيري المنشورة بجريدة الحياة اللندنية، هو أول موضوع صحفي يتطرق لوضع المدونات العربية، وقد أثار ردود فعل واسعة في وسط المدونين العرب اللذين كانوا عدد قليل جدا في هذا الوقت، وكان من أهم نتائجه إلى جانب التعريف بفكرة المدونات أنه عرّف المدونين على بعضهم البعض.

ومن خلال مقال أمينة خيري وما لحقه من مقالات عن المدونات تعرف المدونون على بعضهم البعض، وبدأت تنشأ التكتلات السيبرية المختلفة، بداية بحلقة المدونات التي كانت مجرد صفحة إلكترونية تحتوى على لنكات للمدونات العربية، ثم الشامل في المدونات العربية وهو مدونة خصصت لوضع روابط للمدونات العربية، كما أن هذه المقالات عرفت مستخدمي الانترنت والمواطنين العاديين على ظاهرة المدونات وهو بالتأكيد ما كان له أثره متمثلاً في زيادة زوار هذه المدونات وبالتالي زيادة تأثيرها وزيادة عدد المدونين. وكان تناول المدونات لهذه المقالات تناولاً إيجابياً في معظم الوقت إلى أن ظهرت أعداد جريدة الدستور في إصدارها الثاني في 2005 وقد خصصت صفحة كاملة للمدونات أشرف عليها الصحفي إيهاب الزلاقي وفي البداية اعتبر معظم المدونين اهتمام صحفية مصرية بالمدونات ونشرها ظاهرة إيجابية تستحق الثناء لكن الهدنة وحالة السلام بين المدونات والصحافة لم تستمر طويلاً على ما يبدو وكانت البداية حينما نشرت الدستور تدوينة "تلك المدينة" لسامية جاهين صاحبة مدونة محاولات سامية، فعلى ما يبدو نظراً لاعتبارات النشر الصحفي قامت الدستور بحذف وتعديل عدد من العبارات من قصة سامية، كما أن الدستور لم تستأذن سامية قبل نشر التدوينة، ولم تشر لاسم سامية ككاتبة

واكتفت الجريدة بوضع رابط إلكتروني للمدونة، وهو الأمر الذي رأت فيه سامية تعدى من الجريدة على حقوقها الفكرية.

تكررت أزمة سامية بصور مختلفة، أبرزها اكتشاف مدون أن هناك جريدة سرقت أكثر من تدوينة من عنده وتشرتها في صفحة كاملة دون الإشارة إلى اسمه، لكن في كل هذه الأزمات كان المدونون يخرجون منتصرين، فصفحة الدستور تم إيقافها بعد تزايد اعتراضات المدونين، ومعظم الجرائد اضطرت للاعتذار وإيقاف تعدياتها على المدونات، وكان سلاح المدونون في هذه المعركة هو الكشف والتشهير بالجريدة وبالصحفي.

بمرور الوقت لم تعد المدونات بالظاهرة الجديدة على الإعلام العربي، وتزايد أعدادها وأعداد متابعيها أعطى بعض المدونات تأثيراً يتجاوز تأثير عدداً من الصحف الورقية، وتغيرت العلاقة بين المدونات والصحافة التقليدية، فأصبحت المدونات تراقب أداء الصحف وبدأ المدونون يعترضون وينشرون تصحيحات لكثير من الأخبار والمواضيع التي تنشرها الصحف سواء كانت قومية، معارضة، أو مستقلة. لكن رغم ذلك ظلت الصحافة الورقية تسبق المدونات بخطوة، فالصحافة هي مصدر الأخبار التي تنقلها بعد ذلك المدونات أو تعلق عليها.

نشر هيثم صاحب مدونة "جار القمر" في 15 أبريل 2006 تدوينة بعنوان "أخ تالت لينا" وهي بمثابة شهادة شخصية لهيثم عن أحداث الفتنة الطائفية التي وقعت في الإسكندرية المصرية في ذلك الوقت، تصادف أن هيثم يعيش في الإسكندرية قريباً من منطقة محرم بك التي شهدت أحداث الاشتباك بين المسيحيين والمسلمين، وجاءت تدوينة هيثم بمثابة سبق صحفي، فبينما اقتصرت أخبار الصحف على تصريحات السادة المسئولين قدم هيثم رؤية لما حدث على الأرض وكانت هذه أول مرة يتفوق فيها الإعلام الإلكتروني المستقل على الصحافة الورقية في الوطن العربي حتى أن جريدة الدستورالمصرية أعادت نشر التدوينة على صفحة كاملة وهذه المرة دون حذف أو تعديل.

هذه الحادثة كشفت عن أحد نقاط قوة الإعلام الإلكتروني التي لا تتوافر في الصحافة الورقية، فلا يمكن لأي جريدة مهما بلغ حجمها أن يكون لديها مراسلين في كل مدينة أو تجمع سكني، بنما الصحافة الالكترونية لا تحتاج أكثر من جهاز كمبيوتر متصل بالانترنت.

التحول الثاني في الإعلام الإلكتروني المستقل، كان ايضا من مصر مع أحداث التحرشات الجنسية في وسط البلد، والتي شهد عليها وائل عباس صاحب مدونة الوعي المصري وتمكن من التقاط عدد من الصور غير الواضحة ومالك مصطفى صاحب مدونة مالكم إكس، والذي سجل شهادة وافية عما حدث، وتوالت بعد ذلك الشهادات على المدونات المختلفة، والملاحظ في رصد المدونات لهذه الأحداث التأكيد على جماعية عملية التحرشات وأنها ليست أحاديث فردية وهو بالطبع ما يتعارض بشدة مع الصورة النمطية للمجتمع المصري كمجتمع محافظ يتصف بالشهامة والشرف والكرامة.. إلخ وهي تلك الصورة النمطية التي يسعى الإعلام التقليدي سواء كان حكوميا أو قوميا أو خاصا لترسيخها، لذلك فقد كان ما تقدمه المدونات من تسجيل للتحرشات الجماعية صادماً ومتجاوزاً لخطوط الإعلام التقليدي الحمراء وامتنعت عدد من الصحف في البداية عن نشر أي خبر عن أحداث التحرشات إلي أن تزايد عدد المدونات التي نشرت وكتبت عما حدث مدعمه معلوماتها بالصور والتسجيلات المرئية –الفيديوهات– وأمام هذه الضغط نشرت الصحافة الورقية خبر ما حدث في وسط البلد نقلاً عن المدونات. ليسجل الإعلام الإلكتروني المستقل نقطة ثانية في صالحه، فلا يوجد خطوط حمراء في الإعلام الإلكتروني يجب التوقف أمامها مثل ما يحدث في الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي.

لم يقتصر تعامل المدونات مع حوادث التحرش على مجرد التسجيل والرصد، بل أطلق المدونون حملة بعنوان "كلنا ليلى" لفضح التحرش الجنسي، قامت فكرتها على أن يقوم المدونون الإناث بتسجيل شهادتهن عن حوادث التحرشات الجنسية اللواتي تعرضن لها، وقد أثارت تلك الحملة جدلاً واسعاً، وساهمت في

إخراج حوادث التحرش الجنسي لدائرة الضوء بالإضافة طبعاً إلى المساهمة ولو بجزء ضئيل في تغيير وجهة النظر إلى ضحايا التحرش الجنسي التي كانت تفترض أن الضحايا الإناث هم المجرمون لأنهن السبب في إثارة الذكور.

الضربة الثانية للمدونات كانت مع ما عرف بكليبات التعذيب وأبرزها كان كليب عماد الكبير، فقد أخرجت المدونات هذه الكليبات من دائرة التبادل عبر الهواتف المحمولة ككليبات طريفة إلى الميدان الواسع الانترنت بحيث أصبحت متاحة للجميع؛ لكن الأهم هو كيف غيرت المدونات طريقة ووجهة نظر المشاهدين لهذه الكليبات.

فقد كان يتم مشاهدتها في البداية باعتبارها كليبات طريفة تندرج تحت بند برامج الكاميرا الخفية، ومواقف وطرائف، لكن مع المدونات بدأ النظر لهذه الكليبات باعتباره توثيق لجرائم ترتكب في حق المواطنين المصريين من قبل أجهزة أمنية، وهو الأمر الذي بدأ في لفت أنظار الرأي العام لتتحول كليبات التعذيب إلى قضية تشغل اهتمام الرأي العام وبالتالي بدأت الصحافة في الاهتمام بها ومعها المنظمات الحقوقية. وهكذا لم تساهم المدونات في كشف كليبات التعذيب فقط بل أيضاً في تغيير وجهة النظر إلى هذه الكليبات من خلال التأثير على الرأي العام.

الآن أصبحت المدونات واحدة من المصادر التي يعتمد عليها في العمل الصحفي، وتقريباً أصبح من الصعب أن نجد جريدة أو مجلة لا تحتوي على خبر أو موضوع من نوع "اتحاد جديد للمدونين" أو "حملة على المدونات ضد زيادة رسوم الكهرباء"... إلخ

هذه الشبق الإعلامي اتجاه كل ما يخص المدونات له جوانبه الإيجابية والسلبية:

- من الناحية الإيجابية تساهم هذه الدعاية في جذب عدد أكبر للمدونات.

- من الناحية السلبية فللأسف تقع الكثير من الصحف الورقية في أخطاء جسيمة حينما تعالج الموضوعات ذات الصلة بالمدونات بعضها مقصود وبعضها غير مقصود.

وكانت أبرز هذه الأخطاء ما قدمته صحيفة الدستور في الصفحة التي خصصتها للمدونات وأشرف عليها الصحفي والمدون عبد المنعم محمود صاحب مدونة "أنا إخوان".

ففي محاولة لتفادي المشاكل التي سببتها تجربة إيهاب الزلاقي، قامت صفحة عبد المنعم محمود على الاستعانة بمحررين، على أن تركز موضوعات الصفحة على أبرز الظواهر في عالم المدونات من حملات ومدونات جديدة لكن على ما يبدو لعب الانتماء السياسي والإيديولوجيا لعبد المنعم دوراً مؤثراً في توجيهات الصفحة حيث ركزت غالبية الوقت على المدونات الإخوانية، وكان التقرير الصحفي الأزمة الذي نشره شاكر فودة في أغسطس 2007 بعنوان "المسيحيون يدونون" وهو عبارة عن عرض لمجموعة من المدونات التي تصادف أن أصحابها يحملون الديانة المسيحية في خانة الديانة في بطاقة هويتهم وحفلت المقالة بعدد من المغالطات والأوصاف على أصحاب المدونات، ثم بعد ذلك نشر نفس الصحفي تقرير عن مدونة ع القهوة لصاحبتها سقراطة بعنوان "سقراطة مدونة مصرية مسيحية — واضح طبعاً"! ووصف فيها صاحبه المدونة بأنها متطرفة نسبياً! الأمر طبعاً أثار موجه من التدوينات الساخرة على معالجة الدستور للمدونات وتقسيمها لمسيحيين ومسلمين.

- حالة وائل عباس:

وائل عباس واحد من الأسماء الهامة في مجال الإعلام الإلكتروني المستقل، بدأ وائل نشاطها من خلال مجموعات البريد الإلكترونية على موقع ياهوو وكانت المجموعة التي يشرف عليها من أكثر المجموعات عدداً وأنشطها خصوصاً على مستوى النشاط السياسي بشكل بدا معه وكأن المجموعة نواة لحزب سياسي ما،

لكن هذا الأمر لم يكن طموح وائل بالرغم من أن المجموعة نظمت عدداً من الفعاليات والأنشطة ذات الطابع السياسي خصوصاً أيام توقيع اتفاقية الكويز، ثم انشأ بعد ذلك وائل مدونته/مجلته "الوعي المصري"، ومع التعديلات الدستورية وما تلاها من انتخابات رئاسية وصاحبها من حراك سياسي برز دور وائل حيث كان تقريباً في بعض المظاهرات الصحفي المصور الوحيد الذي يحضر كل الفعاليات ويقوم بتوثيقها من خلال عدسة كاميرته، وهو الأمر الذي أدى ببعض الصحف إلى سرقة هذه الصور ونشرها دون الإشارة لمصدرها، وبالتالي لجأ وائل بعض ذلك إلى ختم كل صوره بعلامة مائية باسم مدونته الوعي المصري.

كان لوائل السبق بعد ذلك في نشر صور التحرشات الجنسية في وسط البلد، وكليبات التعذيب المختلفة. وقد كان نشاط وائل على الانترنت هو الباب الذي دخل منه إلى عالم الصحافة الورقية حيث عمل في أكثر من صحفية مصرية وأجنبية، لكن تجربته مع الصحافة لم تستمر لفترة طويلة، وكان يغادر كل عمل صحفي بعد فترة حيث كان السبب الذي يقوله وائل أن هناك ضغوط تمت ممارستها على المؤسسات الصحفية التي عمل بها.

لكن مع هذا لا تزال مدونة/ مجلة الوعي المصري لوائل عباس من أنشط المدونات في مجال الإعلام الإلكتروني المستقل وأكثرها استفزازاً وربما يكون أهم ما يميزها بالإضافة إلى جانبها التوثيقي لغة وائل نفسها وأرائه التي يخلطها بالمعلومات التي يقدمها. وهو بهذا يؤكد أحد نقاط الاختلاف بين الإعلام الإلكتروني المستقل والصحافة التقليدية وهي عدم الحيادية أو الموضوعية، فالمدونة بالأساس هي مساحة للتعبير عن الأفكار الذاتية لكاتبها.

❖ استنتاجات وملاحظات حول طبيعة العلاقة بين الإعلام الإلكتروني المستقل والصحافة التقليدية:

بعد هذا العرض الموجز لتاريخ العلاقة بين الإعلام الإلكتروني المستقل والصحافة التقليدية، تتبقى بعض الملاحظات والاستنتاجات التي ربما قد تصل بنا

إلى إجابة حول طبيعة هذه العلاقة هل هي علاقة تنافس أم تكامل ويمكن حصر هذه الملاحظات في النقاط التالية:

- إذا كانت الصحافة هي السلطة الرابعة، فمن الطبيعي أن تحتاج هذه السلطة إلى رقابة ما وهذه الرقابة لا تكون بالمنع أو الحبس بالتأكيد.حيث أن الرأي لا يواجهه سوى الرأي الآخر، وعلى هذا فإن أهم أدوار الإعلام الإلكتروني المستقل هو ممارسة الرقابة على الإعلام التقليدي سواء كان ذلك بالنقد أو الإشادة وهو الدور الذي تقوم بها الكثير من المدونات.
- لا يمكن مطالبة الإعلام الإلكتروني المستقل بالالتزام بمعايير الإعلام التقليدي من حيادية وموضوعية، فقوة الإعلام الإلكتروني المستقل في الأساس تنبع من تنوعه ومن تعبيره عن رؤية الأفراد للحدث الواحد والقارئ في النهاية هو الحكم، كما أن تغطية نفس الحدث من أكثر من جهة أو مدونة – كما ظهر مثلا في حوادث الفتنة الطائفية – يعطي زوايا وأبعاد أخرى مختلفة للموضوع مما يرسم صورة إجمالية للحدث أو الموضوع.
- يجب المحافظة على مساحة الحرية المطلقة التي يتمتع بها الإعلام الإلكتروني المستقل، حيث تلعب هذه المساحة دوراً هاماً في تكملة عمل الصحافة التقليدية، فالأخبار والمعلومات التي لا يمكن نشرها في الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي يتم نشرها من خلال المدونات والإعلام الإلكتروني المستقل.
- يظل الجانب القانوني في علاقة الصحافة الورقية بالإعلام الإلكتروني المستقل من الجوانب الغامضة التي تحتاج إلى بحث خصوصاً على صعيد حقوق الملكية الفكرية، فهل نشر صحيفة لصور التقطها مدون يعتبر تعدى على حقوق ملكيته الفكرية وهل من حق المدون في هذه الحالة المطالبة بتعويض مادي من الصحيفة، طبعاً هذا إلى جانب نشر تدوينات كاملة دون استئذان المدون.

- رغم أهمية الإعلام الإلكتروني أو ما يعرف باسم الصحافة الشعبية، فلا يمكن لها أن تلغي الدور الذي تلعبه الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي .. والسبب ببساطة انه لا يمكن لفرد واحد – مدون – أن يقوم بالدور الذي تلعبه مؤسسة صحفية كاملة من تغطية جميع الأحداث بشكل يومي أو أسبوعي، كما أن النقطة الأقوى للمدونات التي تجعلها متقدمة على الصحافة الورقية ليس في أسبقيتها في نشر الخبر، بل في معالجتها للأحداث بطريقة مبتكرة وبلغة حية تخلو من برودة الأسلوب الحيادي.

❖ نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني:

اختلفت آراء الخبراء والمحللون حول العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني من حيث التوافق والتنافر وتأثير كل منهما على الأخر وسوف نعرض لبعض هذه الآراء بشكل موجز:

- يرى الدكتور سامي زهران أستاذ الإعلام المساعد بجامعة القصيم أن الإعلام الالكتروني هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة. وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد مشيرا إلى أن أبرز خواصه هي

1. التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد.
2. تحوّل المتلقّي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.
3. إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
4. اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها.
5. سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم.

وتحدث سامي زهران عن علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي، ورأى بأن هناك مواجهة تثار بين انصار الطرفين، فبعض المتحمّسين للإعلام التقليدي

يرفضون بشدة الإعلام الجديد وبعض المتحمّسين للإعلام الجديد يتنبؤون بزوال بعض أشكال الإعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلاً.

وخلص إلى أن العلاقة بين الإعلامين الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليست علاقة تصادم أو إقصاء، وذكّر بأن كل إعلام ظهر لم يلغ ما قبله، فالتلفاز عندما ظهر لم يلغ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل خصوصياته ومعجبوه ومحبوه. وذكر المحاضر الفروق بين الإعلام الجديد والتقليدي مركزا على قضية الحرية الفردية التي تعدّ الفرق الجوهري بين هذين الشكلين من الإعلام. فكل شخص عبر وسائل الإعلام الجديد صار رئيس تحرير ومدير قناة يضع ما يريد

وأكد المحاضر على أن المحتوى الجيد للإعلام الالكتروني أفضل من المحتوى الجيد للإعلام التقليدي، ولكن المحتوى السيئ للإعلام الالكتروني أيضاً أسوأ من المحتوى السيئ للإعلام التقليدي.

وختم الدكتور بالحديث عن مساوئ الإعلام الجديد، والتي تتمثل في عدم تمحيص المواد المنشورة، وعدم الثقة بالإخبار والمواد الموجودة. وقال أن أهم تحديين يواجههما الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى.

- فيما ترى آلاء زومان بأننا أمام رهانات تغيير حقيقية، فالإعلام الالكتروني ألقى بظلاله وآثاره على الإعلام التقليدي، إذ أسهم كونه قائماً على لامركزية المعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغير كبير داخل عناصر العملية الاتصالية، وزاد من حرية التعبير لدى الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث أو من خلال الرأي في إدلائهم للتعليقات حول ما يرونه ويعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم ومقاربته لهموم الناس وتطلعاتهم.

وأشارت زومان لانتشار المضمون المختصر المقدم من خلال "التدوين المصغر: تويتر أو فيسبوك ويوتيوب". لجأ القائمون على الاتصال في المؤسسات الإعلامية التقليدية الراغبة في دخول سباق الإعلام الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور ورفع سقف حرية التعبير واختزال رسائلها الإعلامية أو نشر مختصراتها، لضمان أكبر قدر من المتابعين والمتفاعلين نظراً لتغير طبيعة الجمهور.

وفي المجمل فقد أسهم الإعلام الجديد في صنع كثير من التغيرات للإعلام التقليدي التي كانت نتاجا وافراز للمشكلات التي واجهته مع دخول التقنية، ومنها على سبيل المثال: تفتت الجماهير بين الوسائل، فتنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية وخدمات الهاتف الذكي من جهة أخرى، وهو ما يمكن التعبير عنه بانكماش حجم الجمهور نتيجة لتفتته، الأمر الذي دعا كثيرا من المؤسسات الإعلامية إلى الاستعانة بخطة 360 درجة – أي الدورة الكاملة – بحيث تقوم المؤسسة الإعلامية على الانتشار والوجود من خلال كل ما هو ممكن ومتاح من وسائل وآليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، فصارت الصحيفة الورقية – مثلاً – توجد ورقياً والكترونياً بتحديث دائم على مدار الساعة وتتصل بقرائها ومتابعيها عبر الشبكات الاجتماعية وتسعى للاستفادة من الوسائط المتعددة، من خلال عرض كثير من التفاصيل بالصورة والفيديو وتوجد أيضاً عن طريق رسائل الجوال وما إلى ذلك، وهي إحدى الخطط الناجحة والجادة من الوسائل التقليدية للوصول إلى الجيل الشبكي – جمهور المستخدمين – عبر إدراك خصائصهم وخريطة الاتصال الخاصة بهم والمفضلة لديهم.

إذاً: هل تُنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟ أعتقد أن الجواب مختلف بحسب الوسيلة، لكن بشكل عام، إضافة إلى حالة الاندماج بين التقليدي والجديد التي حافظت على جزء كبير من جمهور الوسائل التقليدية إلا أنه قد تشهد بعض الوسائل التقليدية تراجعاً في أعداد المستخدمين لموادها بطريقة تقليدية (ورقياً/عن طريق التلفزيون)، نظراً للإقبال على الوسائط الإلكترونية، إلا

أن التراجع لن يلغي أهمية ورصانة الوسائل الإعلامية التقليدية المتخصصة، فالواقع يشهد أن كثيرا من المستخدمين لا يزالون يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدي كمصدر أساس لنيل المعلومات، فهم لا يطمئنون إلا بمتابعة الأخبار من الجهات الإعلامية التقليدية، وقد جاءت الدراسة الحديثة التي قام بها مركز بيو للأبحاث متوافقة مع هذا الرأي إذ لم يتجاوز عدد من يحصلون على الأخبار من الشبكات الاجتماعية في المائة فقط من أصل ثلاثة آلاف مستخدم للإنترنت شملتهم الدراسة، ويحسب الدراسة التي تمت على 200 طالب جامعي ضمن عينة عشوائية في مدينة الرياض في مطلع 2012، حول مدى الرضا عن الشبكات الاجتماعية، أبدى الأكثرية بما معدله 81.5 في المائة رضاهم بشكل كبير عن (سرعة) الشبكات الاجتماعية في نقل الخبر والمعلومة بينما لم يتجاوز رضاهم عن (مصداقية) الشبكات الاجتماعية في نقل المعلومة والخبر 21 في المائة! ولعل الفارق بين النسبتين يدلل بشكل واضح على أن الإنترنت والتقنية وحدها لا تكفي لصناعة إعلامية رصينة.

وختمت زومان مقالها بعلامة تعجب قائلة، قد تنمو وسيلة ما إثر ربيع الإنترنت. وقد تتغير ملامح الثانية أو تختفي.. فالبقاء لمن يفهم لغة الجيل الشبكي!

بينما يرى فريق المختصين والخبراء إن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي يتصف بعدة صفات تميزه عن الإعلام التقليدي منها أنه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه، وتخطى حدود الدول، ويسر تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى، وحرية تداول المعلومات، وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي.

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على الخدمات التفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، وزاد من دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.

ويواجه الإعلام الإلكتروني بعض الإشكاليات في انتشاره منها على سبيل المثال لا الحصر:

- صعوبة الوثوق والتحقق من المحتوى من صحة وصدقية البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى تعزيز التواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والمعتقدات والموروثات الثقافية للمجتمعات.
- ضعف السيطرة على نشر العنف والتطرف والجنس والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها في ما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتيت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع.
- ارتكاب الجرائم الإلكترونية وانتشارها بصورة واسعة باستخدام التقنية الحديثة.
- صعوبة الحفاظ على أمن الوثائق والمعلومات في ظل تطور وسائل التقنية في اختراق المواقع والخصوصية للمحتوى في الإعلام الإلكتروني. ويعتبر انتشار الجرائم الإلكترونية ونشر الأفكار السلبية والإرهاب من أهم عيوب الإعلام الإلكتروني، وقد واجهت المنظمات والهيئات الأكاديمية وتناولته في عدة بحوث ومؤتمرات وناقشت مفهوم الحرية الإعلامية وأمن المعلومات وسبل تدعيم الثقة بين الأجهزة الأمنية والإعلامية العربية.

- أما أحمد عاشور فيرى أنه لربما يكون مخطئ اليوم كل من يظن بإمكانية التفريق التام بين الإعلام التقليدي كالصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون من جهة، والإعلام الالكتروني المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعية، أو ما تسمى بوسائل الإعلام التفاعلية.

- نقاط التداخل الاختلاف في كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي:

في ما يلي بعض من اهم نقطاط التداخل والاختلاف بين وسائل الاعلام التقليدي الالكتروني حسب رأي الباحث:

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة.
2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أمانا لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي.
3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين اثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.
4. يشهد الإعلام الالكتروني نشاطا اقتصاديا غير مسبوق، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.
5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقا محموما بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.
6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.
7. ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد.

8. يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي.

ومن هذا المنطلق يرى الباحث أن التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني تنحصر في بعض النقاط المهمة كما يلي:

1. إن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الإعلامية الإلكترونية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الإلكترونية في الثمانينات من القرن الماضي وبدأت الخدمات التفاعلية مثل (نيويورك تايمز، يو اس توداي) وغيرها من الصحف الأوسع انتشارا.
2. العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الأخر حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي ولكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات.
3. تعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتمادا على شبكة الإنترنت والأسرع انتشاراً نظراً لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الإلكتروني.
4. أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، والتليفزيون، والإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.
5. يجب التفريق العلمي بين الإعلام الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي فكلاهما له أدواته ومميزاته عن الأخر فصناعة الإعلام لها مدخلات ويعتمد على تنظيم مؤسسي بينما قنوات التواصل الاجتماعي فهي قنوات لا تخضع لأي ضوابط أو تنظيم (Blogs ،you tube ،Twitter،Facebook) مثل يدعم الثقة في استقاء أخبارها ومعلوماتها المتداولة ويجعلها عرضة لبعض السلبيات الفردية.

6. الإعلام التقليدي مر بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإمكانية تفاعله مع الجمهور ليكون من ضمن منظومة الإعلام الجديد، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعية لتصبح أكثر تنظيما وضبطا بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة.
7. عدم خضوع الإعلام الإلكتروني لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي وهي حرية التعبير، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهو ما أحدث فرقا شاسعا، في أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدي حتى وإن كانت إلكترونية.
8. هيأ الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الإعلامية، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية.
9. مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن أغفاله، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي.
10. في عالمنا العربي ينبغي أن ندرك أن هناك عوامل أخرى تعطي السبق في قنوات الاتصال الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، فإن الرقابة دائما ما تكون سببا مقنعا لتنافر الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية.
11. أتاحت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق مزيج من الثقافات أحيانا يكون سلبي، ولكنه يفرض نفسه على واقع الإعلام التقليدي.
12. تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدية.

❖ آراء بعض الكتاب والإعلاميين في الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني:

أجرت المجلة العربية استقصاء لآراء بعض الكتاب والإعلاميين الذي أتيحت لهم استخدام قنوات الإعلام التقليدي والإعلام الجديد لمعرفة وجهات نظرهم في مدى التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، حيث تناول هذه الدراسة بتصرف كما يلي:

- الدكتور عبدالله الغذامي (ناقد ومفكر سعودي):

تطرق الغذامي إلى ما أطلق عليها الشفاهية الجديد الإعلام الجديد وقال إنها "تمثل تنويعا في تعامل الإنسان مع اللغة، وتفتح كل الآفاق بلا قيود من أي نوع، ويظل البشر يخترعون وسائل من بعد وسائل من أجل كسر حدود التواصل وفتح مجالات الممارسة اللغوية".

وأشار الغذامي إلى تأثير الثورة والصيغ الثقافية الجديدة التي "تتيح فرصا خيالية للناس لكي يمارسوا أنواعا متجددة من الوسائل المعرفية... مع ما فيها من حرية مطلقة وسرعة في الاستقبال والاحضار للوقت والجهد وتوفير للمال... كما أنها قيم تفاعلية حية وإيجابية.. تعيد للإنسان موروثه الأنثروبولوجي القديم في المشافهة ولغة الجسد التفاعلية".

ويتفق الكتاب جميعا أن ثمة تغيرات بين الوسائط التقليدية الورقية وبين وسائط التواصل الإلكتروني الحديثة في نوعية القراء وفي الأسلوب الذي ينتهجه الكتاب للتواصل الفوري مع القراء في فيس بوك أو تويتر أو حتى في مدونته الخاصة. في طول المقال وقصره، والأدوات المساعدة التي لم تكن تتوافر سابقا كالتعبير بالصورة أو مقطع مصاحب، أو المشاركة بمقطع من يوتيوب أو صورة عامة تعكس تصوراً أو رسالة يريد الكتاب توصيلها وتلمس ردود الفعل تجاهلها.

- تركي الحمد:

يعد تركي الحمد من المغردين النشطين إذ يتابعه على تويتر نحو 95 ألف متابع، وتتجاوز تغريداته ثلاثة آلاف.. كما أنه يولي صفحته على تويتر اهتماما من خلال الرد والنقاش والمتابعة حول موضوعات مختلفة يغلب عليها الهم الاجتماعي والسياسي.

يتحدث الحمد عن تجربته الكتابية قديما وحديثا من ناحية الوقت فيقول: "في الماضي، وفي سنوات الكتابة الأولى، كنت لا أعرف أكتب إلا في ساعات الليل، وخصوصا ساعات الليل المتأخرة، أو الهزيع الأخير من الليل كما يقولون. ففي ساعات الليل الأخيرة تشعر بأنك وحدك في هذا الكون، حيث هدوء وسكينة يوحيان لك بأمور كثيرة، سواء ما تعلق منها بنتاج العقل أو نتاج الروح. وكان رفيقي في تلك الأيام قلم حبر أسود لم تكن الأفكار تخرج إلا من خلاله وبه، بحيث لم يكن من الممكن التعبير عن مكنونات العقل والروح إلا من خلاله، لم يكن من الممكن أن أفكر وأن أكتب في تلك الأيام دون أن يكون القلم هو الوسيلة، والحبر الأسود هو الذي يرسم ويجسد الأفكار واقعا على الورق، بل وحتى الورق لم يكن أي ورق، إذ لا بد أن يكون من نوع معين وإلا فإن الكتابة تتعثر.

كل ذلك تغير بعد ذلك، فلم يعد القلم، أو رفيق الروح كما كنت أسميه، هو وسيلة الكتابة إذ أنني نسيته منذ زمن بعيد بعد أن حل الكيبورد محله، ولم يعد اللون الأسود هو لون الأفكار بعد تجسدها حرفا، بعد أن حلت شاشة الكمبيوتر محل الورق الأبيض المسطر. ومن ناحية التوقيت، أصبحت أكتب متى ما راودتني الفكرة، وليس من الضروري أن يكون ذلك في الهزيع الأخير من الليل. لم يعد لدي اليوم وقت معين للقراءة أو الكتابة، فمتى شعرت بفكرة معينة أسرعت إلى الكتابة، ومتى أحسست بالرغبة في القراءة، هرعت إلى الكتاب، تتساوى في ذلك ساعات الليل والنهار، وإن أصبحت ساعات الصباح الأولى هي المفضلة لدي.

وحول ما تغير من ناحية أسلوبه الكتابي يبين الدكتور تركي الحمد: كان الاسترسال في التعبير عن الفكرة أو الخاطرة هو الأسلوب الأكثر اتباعا بالنسبة لي ولكثيرين غيري، كما أن البحث عن الكلمة الجميلة كان أحيانا أكثر أهمية من طلمة قد لا تكون جميلة ولكنها معبرة أكثر عن الفكرة. كانت الكتابة بالنسبة لي عبارة عن فعل رومانسي، أو حالة عشق مع الحرف والورق، إن صح التعبير.

ويضيف الدكتور الحمد حول اختلاف جمهور القراء عنه في السابق: "العمق الفكري متوفر في كلتا الوسيلتين، الفرق يمكن في الأسلوب. في الوسائل التقليدية الورقية، كان الاسترسال والبحث عن الجمال في العبارة، بالإضافة إلى مضمونها الفكري، هو الأسلوب الذي يفرض نفسه، بالنسبة لي على الأقل، أما في وسائط الاتصال الإلكتروني فإن الهدف هو إيصال الفكرة بأقل قدر من الكلمات بصورة مباشرة، دون أن يكون لجمال العبارة الاعتبار الأول، وإن بقي الجمال مطلوب في كل حال، ولكنه ليس المحدد الأول للتعبير. وبالنسبة لي، العبارة الورقية أكثر إثراء موضوعيا، ولكن العبارة الإلكترونية أكثر تحفيزا على المشاركة.

هناك نوع من التكامل بالنسبة لي بين هذين الأسلوبين، وإن الجيل الجديد يجد نفسه في الإلكترونيات أكثر من الورقيات. والكتابة الورقية، وخاصة الكتاب، أعمق أثرا في المدى البعيد، إذ أنها أكثر قدرة على الصمود لوقت طويل، أما الكتابة الإلكترونية أكثر أثرا في المدى الآني والمباشر، ولو أني لا أرى تناقضا بين القديم والجديد في هذا المجال، فالإلكتروني يتحول إلى ورقي في النهاية، فإن كانت الفكرة عميقة فإنها تصمد وتبقى في النهاية. المهم هنا هو قيمة الفكرة وليس كيفية التعبير عنها".

وعن الوسيلة الأقرب إلى نفس الروائي والمفكر الدكتور تركي الحمد يقول": كما قلت سابقا، القلم كان سحرا بالنسبة لي، أما اليوم التفاعل المباشر مع الآخرين عبار الوسائط الحديثة أصبح أكثر سحرا وجاذبية، ربما بسبب إيقاع

العصر، أو متعة التواصل المباشر والسريع مع متابعيك، وهو ما لم يكن متوافرا أيام القلم والورق والصحيفة الورقية. "ويضيف": لا شك أننا أمام عصر جديد لم تعد فيه الرسالة الموجهة من الأعلى إلى الأسفل هي المهيمنة، ولم تعد الوصاية الفكرية والنخبوية الثقافية هي الأساس، بل نحن اليوم في عصر ما يمكن أن نسميه ديموقراطية التواصل، حيث أصبح الجميع مرسلين ومتلقين في ذات الوقت".

- عشق الورق وسرعة الكيبورد:

وفي مقارنة بين الوسائل التقليدية ووسائل التواصل الحديثة لا ينكر يوسف المحيميد الميزات الكبيرة للوسائل الحديثة، لكنه لم يخف حنينا ما يجذبه للقديم، بقوله: "حينما أتذكر الرسائل الورقية، وأنا في العشرين، مع الصديق الراحل إبراهيم أصلان، ومع محمد بنيس، أشعر بحنين أكبر، لا أعرف لماذا، لأن الورق يحمل رائحة الإنسان، بصماته، خطوطه الخاصة التي تميزه عن غيره، ولكن رغم كل هذه المزايا، تبقى وسائل الاتصال الحديثة أسرع وأكثر عملية، من الطرق البدائية، فقد كنت أكتب نصي القصصي، وأنتظر نشره في الصحيفة الورقية لأسابيع، وقد لا أحصل على ردود افعال القراء مطلقا، إلا بالمصادفة، بينما الآن قرائي معي في تويتر يقرؤون ما أكتب مباشرة، ويكتبون انطباعاتهم فورا، وهذا الأمر عظيم ومؤثر، إيجابياته كبيرة، ولكن من سلبياته أنه قد يأخذ وقت الكاتب، ويقلل من تركيزه على نصه الأدبي، ما لم يكن الكاتب حذرا وواعيا".

- أنا من جيل محظوظ:

ويضيف المحيميد: "أعتقد أنني من جيل محظوظ، تدرب على القراءة بشكلها الورقي القديم، تعلم الكتابة على الورق، التصحيح وتمزيق الصفحات، ثم النقل على الآلة الكاتبة اليدوية، ثم أخيرا أصبح جزءا من العالم الرقمي، فمنذ روايتي فخاخ الرائحة المكتوبة عام 2002 م، وأنا أكتب مباشرة على جهاز الكمبيوتر، ففي البداية كنت أشعر أنني سأفقد حميمية الورق والحبر الأسود، لكنني اكتشفت حميمية جديدة على لوح المفاتيح – الكيبورد– إلى الحد الذي أكتب أحيانا

الملاحظات العاجلة والقصيرة في ظلام الغرفة، وكأنما حساسية أصابعي العمياء المدربة قد أصبحت تهتدي بسهولة إلى طريق الحروف".

- **الكاتبة الدكتورة ثريا العريض (أديبة سعودية):**

جمعت العريض بين الشعر والثقافة والفكر، وتشارك العريض بصورة جادة في الصحافة العربية والإعلام العربي في الخارج، ولها زوايا صحفية عدة.

وحين نطالع تفاعل الدكتورة ثريا مع وسائل التواصل الحديثة نجد لها صفحة معجبين في الفيسبوك يتبعها أكثر من 3400، وعدد التابعين في موقع تويتر نحو ثلاثة آلاف متابع وأكثر من ألفي تغريدة.

وحول عاداتها الكتابية تقول دكتورة ثريا العريض إنها بدأت بالقلم والورق ثم تحولت إلى استخدام الكمبيوتر، وأن الكتابة لا تستغرق معها وقتا طويلا بغض النظر أين أكتب. وتضيف: "أطول وقت هو ما احتاجه لاختيار فكرة الموضوع".

وتبين: "مع استسهال التصحيح والتغيير صرت أسرع أقل تدقيقا في ما أكتب لأن تغييره لا يعني إعادة كتابة الصفحة كلها.. وأحيانا أترك أفكار بصورة رؤوس أقلام لتكون نواة لمقالة أعود إليها لاحقا لأكمل التناول".

حول العمق الفكري لشريحة القراء واختلافه عن السابق تقول الكاتبة: "هناك تفاوت في مستوى الاستيعاب واتساع الفكر والثقافة بين القراء بأية وسيلة سواء في الصحيفة أو في النشر الإلكتروني".

وعن الوسيلة الأكثر إثراء للكاتب في رجع الصدى لما يكتبه تبين الدكتورة ثريا العريض: "قبل عشرين عاما كانت تجيئني تعليقات مثرية فعلا في صورة رسائل مكتوبة بخط اليد مليئة بالتأمل والتفاعل العميق والموضوعي، ومحفزة على إضافة المزيد. الآن في عصر السرعة التعليقات في النشر الإلكتروني لا تحفز لأن معظمها يكتفي بالإعجاب.

- متعتان مختلفتان

وحول الوسيلة الأكثر وصولا للمستهدف خصوصا في المقالات والكتابات ذات المنحى الإصلاحي كانتقاد جهاز حكومي أو خدمة معينة؛ تبين الكاتبة أنه: "سواء كانت الوسيلة إلكترونية أم صحافة تقليدية فكلاهما محقق للهدف من الكتابة، متى ما كان التناول واضحا والموقف موضوعيا متزنا. "مضيفة". أعلم أن بين متابعي مقالاتي بعض كبار المسؤولين تهمهم آرائي ومقترحاتي.

وفيما إذا كانت الكاتبة العريض تفضل وسيلة تواصل عن أخرى تبين: "أنا أشارك بكل الوسائل، ومع هذا فالتواصل عبر شبكة فيه حرية أكثر من حيث عدم الارتباط بمواعيد محددة، وربما أغلب من يكتبون في الصحف يشجعكم على المواصلة أن للكتابة مردود مادي ليس موجودا في الكتابة في موضوع ذاتي". موضحة من ناحية الوسيلة التي تراها أكثر متعة عند الكتابة" (الصحافة والإنترنت) متعتان مختلفتان، مع العلم أنني أفتح الجهاز في الحالتين، إذ لم أعد استخدام القلم في الكتابة". لكنها تبين أن الصحافة "التزام جاد يسدني الشعور بأنني قدمت فيه مساهمة في البناء. أما الثانية (الإنترنت) فهي خيار فردي يسمح لي بالإبداع على راحتي".

- الكاتب المسرحي عباس الحايك

يكتب الحايك الشعر والقصة القصيرة والسيناريو ويعني بالنقد المسرحي؛ كتب مقالات ونصوص إبداعية في عدد كبير من الصحف السعودية والعربية. يقول عن تغير العادات الكتابية بين المطبوعة الورقية والكتابة الإلكترونية: "نت هذه التواحي لم يتغير شيء، فالكتابة هي ذاتها لم تتغير وإن تغيرت الوسيلة، فالتحضير لمقال أو نص مسرحي هي نفسها في الكتابة الإلكترونية والكتابة الورقية. ربما غاب القلم، ولكن حضور الكمبيوتر عوض عن هذا الغياب. صحيح أن القلم له ميزة المرونة، فأنت تكتب متى شئت وأين شئت، على عكس الكمبيوتر فإن به ظروفه الخاصة حتى من ناحية وضعية الجلوس. ولا أظن أن الوسيلة قادرة على تغيير

تحمل أي ملمح للتحول الفكري أو المضمون المنهجي الذي يمكن أن يعول عليه في صياغة الفكر والمعرفة الناجزة".

ويضيف الشمري: "تظل هذه التقنيات مجرد وسائل حولت نظام الكتابة بالقلم والورق إلى لوحة مفاتيح وبرامج وقنوات إلكترونية تسهم في تواصله مع العالم بشكل أقوى منذ قبل.. فيما المبدع الحقيقي يظل في حالة صراع وتوهج وقبل الكتابة وأثنائها وبعدها.. وما يحمد للتجربة الإلكترونية أنها سهلت المهمة وجعلت من اليسير تقديم ذاتك كتابيا وابداعيا بشكل ميسر لكنها لم تخلق أي نمط تحولي أو نشاط تطويري يركن إليه في مفهوم (قبل أو بعد) في تحولات التجربة المعرفية بوجه عام. وكما أسلفت لا يمكن ان أجزم بأن هناك أي تغيير في الأسلوب فالكتابة واحدة والتعاطي مع القنوات الجديدة إضافة نوعية عند جيل الخضرمة على وجه الخصوص.. وأنظر إلى وسائل التقنية بوصفها إضافة وليست انسلاخا كما يتصور البعض من عهد إلى آخر أو روجا من تجربة قوية إلى أخرى أقوى أو أقل، فالنشر الورقي من الكتاب إلى المجلة إلى الجريدة حتما ستكون هذه الوسائل إضافات نوعية تسهم في طوير العمل وتقديمه إلى القارئ بشكل عصري يكفل زحزحة هذه النظرة التدميرية التي تسعى إلى إيقاف عجلة النشر التقليدي والتهويل من أخطار افتراضية محتملة للتجربة الكتابية والطباعية وبمفهومها الحالي. ومعارض الكتاب في كل الدول لا تزال تزخر بالنشر والورقي رغم الحديث المتواصل منذ أعوام عن غياب أو تلاشي النشر الورقي!! فلم يغب الورقي إنما ظل حاضر ومتميزا".

ويضيف الشمري حول مقاربة لتفضيلاته بين القلم ولوحة المفاتيح: "بالنسبة للكتاب لا يمكن أن أحدد من الأقرب أو الأحب لأن العملية تظل تحولا شكليا يمكن أن أجعله إضافة لوسائط الطرح والتلقي حيث تستطيع ككاتب أن تنجز رؤيتك أو فكرتك أو مشروعك بسبل شكلية ميسرة". وعن التغير في أشكال التواصل الثقافي أو أطراف الرسالة الثقافية من متلق ومرسل ينوه الشمري إلى أنه من أقوى التحديات التي تواجه العمل المعرفي أو الخطاب الاجتماعي.

- **فوزية الجار الله (كاتبة وقاصة)**

تصف فوزية توجهها بتعبير مغاير حين تقول: "تآلفت مؤخرا مع وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والتويتر)، حتى أصبحت كتفا أريح رأسي عليه كلما شعرت بالتعب".

وتضيف: "لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم من أهم ما يستغرق أحاديث الناس سواء حولها أو من خلالها. وربما لدي حالة خاصة تختلف عن أي كاتب أو كاتبة، فقد بدأت التعامل مع الفيس بوك خلال فترة انقطاعي عن الكتابة الدورية عبر الصحافة وانشغالي بدراستي إلى الدرجة التي بدأت أشعر فيها بالانعزال الثقافي ناهيك عن بعض المشاعر الانسحابية أحيانا بسبب التوقف عن الكتابة، لذا لأدين بالفضل الكبير للفيس بوك الذي بدأت فيه لإعادتي إلى عالم الكتابة والتواصل مع الآخرين".

- **حيوية التواصل.. وجدولة الوقت**

وتبين الكاتبة فوزية الجار الله: "يتميز الفيس بوك بحيويته وقدرتك على التواصل اليومي فيه مع الآخرين، وكأنما هو مطبوعتك الإلكترونية الخاصة تقدم فيها ما تشاء بالطريقة والاسلوب اللذين تريدهما، بمعنى أنك تتمتع بمساحة من الحرية فيه بدرجة أكبر بكثير من الصحافة المعتادة. هذا هو الجانب الإيجابي؛ لكن مع استمرار التعامل اليومي ينبغي الانتباه لأمر ما خاصة حين تكون كاتبا مبدعا أمامك هدف ورسالة لا بد لك من تنظيم وقتك وجدولة أعمالك والتزاماتك، هذا إذا علمنا بأن الكتابة تحتاج إلى تركيز وترتيب للأفكار، وتتطلب شيئا من الهدوء والعزلة مع الذات لأجل كتابة أفضل. ولعل الجميع يدرك أيضا بأن القصة والرواية تستلزمان وقتا وعزلة أطول لأجل صقل الكتابة والحصول على إبداع أفضل".

- **ليلى الأحيدب (كاتبة سعودية)**

تقول الأحيدب: "لنتفق أولا أن العمق الفكري سمة شخصية لا يمكن وصف فئة بها وفقا لطريقتها في التواصل مع الكاتب، العمق والتسطح موجودان في كل الفئات بغض النظر عن وسيلة التواصل. لكن لا يخفى على كل متماس مع هذه التقنية الإلكترونية أنها تفاعلية وردود المتواصلين مع الكتاب تثريه حتى من أولئك السطحيين الذي يمرون ويتفاعلون مع ما يكتب".

وعما إذا كان هناك تباين من وسيلة إلى أخرى في إيصال الرسالة الثقافية تقول ليلى": إذا كنا نتحدث عن إحداث تغيير أو إقناع بفكرة ما فتلك مسألة أكثر تعقيدا من مجرد المفاضلة بين التغريدة في تويتر أو مقال منشور في جريدة ورقية، إحداث التغيير مسألة كبرى، لكني أرى أن وسائل التواصل الإلكترونية تحقق الانتشار والانتشار وسيلة من وسائل إيصال الفكرة. لكن السؤال: هل يساهم انتشار فكرة ما على إحداث تغيير!! هذا بحاجة إلى تحليل أعمق".

- **قلمي لوحة المفاتيح**

وعن الأقرب إلى نفس الكاتبة بين وسائل التواصل المختلفة تبين ليلى الأحيدب": انا لم أعد أمسك قلما لأكتب! قلمي هو لوحة المفاتيح في جهازي المحمول. والحمد لله للكاتب الآن أكثر من وسيلة للتواصل مع كافة الشرائح؛ فالمجال متاح له ليكتب مقالا في جريدة يقرؤها الذين لا يزالون يفضلون قراءة الجريدة ورقيا، ويتاح له نشر مقاله نفسه في مجال وسائل التواصل، ويحصل على ردود الأفعال مباشرة من أولئك الذين يفضلون القراءة عبر الإنترنت".

- **زينب الخضيري:**

وحول محاور قضيتنا تقول زينب الخضيري: "الكاتبة هي الكاتبة لا نستطيع أن نجزئها أو نغيرها لمجرد الانتقال من الوسيلة الورقية الى لوسيلة الالكترونية، فقط قناة الاتصال تغيرت من ثابتة الى متحركة متسارعة، وهي لا

شك قفزة كبيرة في وسيلة التواصل مع القارئ، وهذا فعلا يختصر الوقت لمعرفة رأي القراء فيما يطرحه الكاتب، والتفاعل بشكل مباشر بعيدا عن الوسطاء، أيضا لا يلزم الكاتب بوقت معين من أجل أن يطرح أفكاره أو نصوصه فلديه حرية في اختيار لتوقيت طرح مواضيعه، إلا إن كان ملتزما مقدما مع مؤسسة معنية، ولكنه لا يختصر الوقت في عملية التحضير لكتابة موضوع ما، فهذه تعتمد على الكاتب وطقوسه في الكتابة".

وتضيف زينب: "الوسيلة الالكترونية أعطت سقفا عاليا من الحرية والمساحة، ولكن لابد للكاتب من أن يتقن المهارات الأساسية في الإعلام الكلاسيكي (التقليدي)، فالأدوات لا تختلف ولكن الوسيلة هي المختلفة. الذي تغير هو الأفكار المطروحة، فالإعلام الالكتروني لا يخضع لشروط معينة تمليها المؤسسة الإعلامية الرسمية، كما هو معروف في الإعلام الكلاسيكي، لذلك بات طرح مواضيع اجتماعية وحقوقية هو السائد في الإعلام الالكتروني، وهذا يعتبر ثورة في توجه الكتاب وغيرهم من المهتمين. وحرية الكتابة للكاتب الالكتروني ترتبط بشخصيته ويشكل الحرية التي يرسمها وفق تصوره، فكل شخص يكتب عبر وسائل إلكترونية يعتبر بمثابة مؤسسة إعلامية صغيرة تقدم أفكارا وأخبارا مستقلة".

أما عن طبيعة العمق الفكري في المطروح بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة فتبين زينب الخضيري: "العمق الفكري لا نستطيع الحكم عليه وتعميمه لمجرد تغير وسيلة التواصل، فالقراء من مختلف شرائح المجتمع فيهم العميق والسطحي، المنفتح والإقصائي، أيضا لا نهمل فكرة أن بعض يكتب كثيرا ولكن لا يقول شيئا.

ودور الكاتب هو الاستمتاع بالاختلاف والاستفادة منه لا الحكم على الآخرين ومدى هشاشتهم أو عمقهم.

والكاتب الذكي يستفيد من كل شيء حوله لتطوير أدواته الكتابية وأطروحاته الفكرية، فالقارئ هو شريان يغذي الكاتب".

المصادر والمراجع

أولا: الكتب العربية

1. أ.د. عبدالرزاق الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة، عمان،2011

2. د. فيصل ابو عيشه، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمان، 2010

3. أ.د. محمد علم الدين، مقدمة في الصحافة، سلسلة الدار العربية، القاهرة 2009.

4. د. ماجد تربان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية" الدار المصرية، 2008

5. محمد عبدالحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت،عالم الكتب،القاهرة،2007.

6. د.حسين شفيق،الإعلام الالكتروني بين التفاعلية والرقمية،رحمه برس،القاهرة،2007.

7. د.محمد نصر مهنا، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، مركز الإسكندرية للكتاب، 2007.

8. د.شريف درويش، الصحافة الالكتروتية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،2006.

9. أقبيق، طريف أسماعيل، 1996م، شبكة إنترنت: طريق المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء. دمشق، دار الإيمان.

10. اقبيق، طريف أسماعيل ومحمود حسن، 1998، مبادىء علم الأتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة.

11. أحمد، محمد الأمين موسى، 2005، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي، كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة، جامعة عجمان للعلوم والتكنلوجيا، الإمارات العربية المتحدة.

12. ابو العطا، مجدي محمد،2000، المرجع الأساسي لمستخدمي الإنترنت، الطبعة الأولى، المكتبة العربية لعلوم الحاسب، القاهرة.

13. إندرداهل، برايان، ترجمة محمود عثمان، الإنترنت،2001، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة.

14. احمد، حسن، 2006، الكمبيوتر.. ابتكارات مستمرة، مكتبة الأفق، لبنان.

15. أبو اصبع، صالح خليل،1995، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة،عمان، دار آرام للطباعة والنشر..

16. ابو غزالة، تيسير، 2000، الإعلام العربي – تحديات الحاضر والمستقبل– دار مجدلاوي. عمان

17. أسماعيل، محمود حسن، 1998، مبادىء علم الأتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة.

18. البخاري، محمد وصابر فلحوط، 1999، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق، دار علاء الدين،

19. بخيت، السيد، 2004، الأنترنت وسيلة أتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية.دار الكتاب الجامعي – الإمارات العربية المتحدة،العين.

20. بخيت، السيد، 2000، الصحافة والإنترنت، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

21. بدر، أحمد، 2002، الاعلام الدولي؛ دراسات في الاتصال والدعاية الدولية. مطبعة مدبولي،القاهرة.

22. بسيوني، عبد الحميد، 2004، الوسائط المتعددة، دار النشر للجامعات، القاهرة.

23. حجاب، محمد منير، 2005، الحرب النفسية. جامعة جنوب الوادي. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة

24. الجابري، علي، 2006، تقنيات الخبر في الفضائيات العربية (فضائية أبوظبي نموذجا)، عمون للدراسات والنشر. عمان.

25. الجاسم، محمد،2005، الإعلام العربي في عصر المعلومات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الستراتيجية. أبو ظبي.

26. خليل، محمود، 2004، مستقبل الصحافة الإلكترونية. مكتبة مدبولي. القاهرة.

27. الخطيب، عبد الله، 2005، الصحافة الالكترونية. المعايير والضوابط. المكتبة الحديثة. القاهرة.

28. جرار، فاروق أنيس، 2001، الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الاعلام، دار الثقافة، عمان

29. الخازن، جهاد، 2005، الإعلام على الطريقة الأميركية، المكتبة الحديثة،بيروت

30. جلفان، أحمد، 2005، تعزيز الإعلام العربي عبر الإنترنت،مكتبة صفاء. الإمارات العربية المتحدة،أبو ظبي.

31. الدناني، عبد الملك ردمان،2003، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت،دار الفجر ،القاهرة

32. روكيش، ساندرا وملفين ديفلير، 1999، نظريات وسائل الإعلام،ترجمة كمال عبد الرؤوف،الدار الدولية للنشر والتوزيع،القاهرة

33. دوفور، أرنود، 1998، الإنترنت، ترجمة منى ملحيس ونبال ادلبي، الدار العربية للعلوم، بيروت.

34. الرميح، رميح بن محمد،2002، هل ينجح الواب كما نجح الويب؟ مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنلوجيا ،جدة.

35. ربيع، عبد الجواد سعيد، 2006، إدارة المؤسسات الصحفية، دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.

36. السلوم، عثمان ابراهيم، 2002، تصميم الصفحات العربية على الأنترنت، دار عالم الكتب، الرياض.

37. سيد غندور، محمد جلال، 1999، استخدام التدريسيين للإنترنت، دراسة تحليلية للأتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة.

38. الشهري، فايز عبد الله، 2003، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة، دار الحكمة، دبي.
39. شاهين، بهاء، 1996، شبكة الإنترنت، كمبيوسواينس، القاهرة.
40. شمو، علي محمد، 1998، التكنلوجيا الحديثة والاتصال الدولي والأنترنت، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، جدة.
41. الصابوني، عبد الرحيم، 1996، تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الأنترنت) دار الحاسوب، دمشق.
42. صادق، عباس مصطفى، 2003، صحافة الانترنت وقواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة –ابوظبي.
43. عبد الله، فايز، 2002، ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت
44. العربي، عثمان محمد، 2002، الإنترنت: الأنتشار والأستخدام، دار المجد، تونس
45. علي، آجقو، 2005، الصحافة الالكترونية العربية: الواقع والآفاق، دار الكتاب الجزائري. الجزائر
46. العبد، عاطف عدلي، 1991، التبادل الاخباري التلفزيوني العربي، دار الفكر، القاهرة
47. فيصل،عبد الأمير، 2004، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي. جامعة بغداد.
48. كاتب، سعود صالح، 2003، الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق، جدة.
49. اللبان،شريف درويش، 2001، تكنولوجيا النشر الصحفي: الأتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة.
50. ليتش، كارول، 1999، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية: عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة – منهج تطبيقي – ترجمة: د. عبد الستار جواد – مكتبة الجاحظ، عمان.
51. موسى، عصام، 2004، المدخل في الأتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت.

52. محمود، محمد السيد، 2005، صيانة المحتوى المعلوماتي. تجربة موقع الجزيرة نت. جامعة الشارقة. كلية الاتصال.الامارات

53. ميلر، فيليب، 2005، كتاب الصحيفة الزائلة، الولايات المتحدة.

54. مكاوي، حسن عماد، 1993، تكنلوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

55. نصر، حسني محمد، 2003، الانترنت والإعلام– الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.

56. نصر، حسني محمد، وسناء عبد الرحمن، 2004، الإعلام والتكنلوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي– الامارات العربية المتحدة– العين.

57. محمود، محمد السيد، 2000، الألفية الثالثة.عصر المنجزات من ثورة غوتنبرغ إلى غزوالانترنت، دار الصياد انترنشيونال، بيروت.

58. مجموعة من المؤلفين. إشراف فرانك مرمييه ترجمة فردريك معتوق، 2004، الفضاء العربي (الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر)، دار القلم، بيروت.

59. الهاشمي، مجد، 2001، الاعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج. عمان.

ثانيا: البحوث والدراسات والأوراق العلمية:

1. إسماعيل، داتيا، 2004، تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، دراسة ماجستير، كلية جولد سميث، لندن.

2. العبد الله، مي، 2005، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة. نموذج جريدة النهار.مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع والتحديات. جامعة الشارقة.

3. السيد سعيد، محمد، 2006، الإعلام العربي في عصر المعلومات(الاتجاهات والقوى الجديدة في فضاء الإعلام العربي)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الأستراتيجية.. أبو ظبي.

4. أحمد، نسمة، 1971، الموسوعة الثقافية، دار فرانكلين، القاهرة.

5. ادلبي، نبال، 1996، قرص متراص متعدد الطبقات. – مجلة المعلوماتية، الرياض. ع 47

6. السيد بخيت، محمد، 2002، استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، القاهرة.

7. بشير، عماد، 21/ابريل2001، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، ندوة مجلة العربي (الكويت)، الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني.

8. بشير، عماد، 2005/7/26، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الانترنت، مجلة المعلوماتية. الرياض

9. حنش، إدهام محمد، مايس 2005،مجلة الانترنت الثقافية (الزرقاء) انموذجا، مجلة الزرقاء، العراق، الموصل.

10. حداد، سعيد، أغسطس 1999، الأنترنت صحافة القرن القادم، المجلة العربية، العدد 267، السنة 34 ص67.

11. السيد محمود، محمود، 22–23 نوفمبر 2005، صيانة المحتوى المعلوماتي – تجربة موقع الجزيرة نت. مؤتمر صحافة الانترنت. جامعة الشارقة

12. شريف، اسامة محمود، 2000، مستقبل الصحيفة المطبوعة والصحيفة الالكترونية، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب – عمان – تشرين اول عام.

13. الشمعة،خلدون، تشرين الثاني 1978، الماكلوهانية، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي، بيروت)، السنة الاولى،العدد السادس.

14. صادق،عباس مصطفى، 22–24 نوفمبر 2005، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات. جامعة الشارقة.

15. علم الدين، محمود، يناير 2005، ورقة علمية، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الأعلام. القاهرة.

16. عارف، محمد، 1997، تاثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على اجهزة الإعلام العربية –مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية– ابو ظبي–

17. عبد الهادي، احمد، 2004، الصحافة الالكترونية والورقية. ندوة نقابة الصحفيين المصريين.
18. عباس، بشار 1996، دليل الأنترنت. —مجلة المعلوماتية. — ع 46.
19. عيسى، بهاء، نوفمبر 1999، شاهد التلفزيون عبر الانترنت، مجلة أنترنت العالم العربي.
20. فيصل، عبد الأمير، 22 نوفمبر 2005، الصحافة الالكترونية.. مقاربة أولية. مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات. جامعة الشارقة. كلية الإتصال
21. فهمي، نجوى عبد السلام، أكتوبر—ديسمبر 2001، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع.
22. مكي، لقاء، 2005، صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الأجتماعية لوسائل الإعلام، مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال.
23. مكاوي، حسن عماد، 2005، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
24. محي الدين، حسانة، 2001، الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الأمكانات، الفوائد والتحديات. مجلة العربية 3000، العدد 3.
25. الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، 21/ابريل 2001، ندوة مجلة العربي (الكويت). الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني
26. نشرة ندوة القاهرة، (10 – 11 ابريل 2007)، الإنترنت وحقوق الإنسان. تجربة إطلاق موقع العربية.نت. القاهرة.

ثالثا: المقالات:

1. صحيفة الأتحاد، الإمارات العربية المتحدة، أبوظبي .العدد 11469، 29 نوفمبر 2006.
2. صحيفة البيان، الإمارات العربية المتحدة،مركز المعلومات والدراسات، الصحافة الخليجية على الإنترنت، مؤسسة البيان، العدد 12،2043/8/ 2000.

رابعا: المراجع الأجنبية:

1. Alexander‹A.(2004)Disruptive Technology:Iraq and the Internet in Miller‹ D(ed.) Tell Me Lies:Propaganda and media Distortion in the Attack on Iraq.Pluto Press. P 132
2. A.Alsheheri‹Fayez Abdulla:Electronic Newspaper On The Internet: A
3. Brody‹Douglas A.2001 Saudi Arabias International Media Strategy: Influence through Multinational
4. Boynton‹R. S.(2000)‹ NEW MEDIA may be old media s Savior‹ Columbia Journalism Review.p.32
5. Brody‹Douglas A. (1999) Broadcasting in the Arab World; Asurvery of the electronic media in the middle East..Lowa State University Press
6. Castells‹M.(2001)The Internet Galaxy:Reflections on the Internet‹Business‹and Society.Oxford University Press.p 193
7. Eveland Jr.‹W.and Marton‹K and Seo‹ M.(2004)Moving Beyond"Just the Fact":The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge.Communication Research‹‹ 31(1):82-108.
8. Gillmor‹Dan(2004)We the media.Grassroots Journalism by the peopple‹for the people‹O Reilly Media.U.S.A
9. Glossary Of Graphic Desing And Web Page Design Terms. Illinois.U.S.A

18. http://www.alexa.com

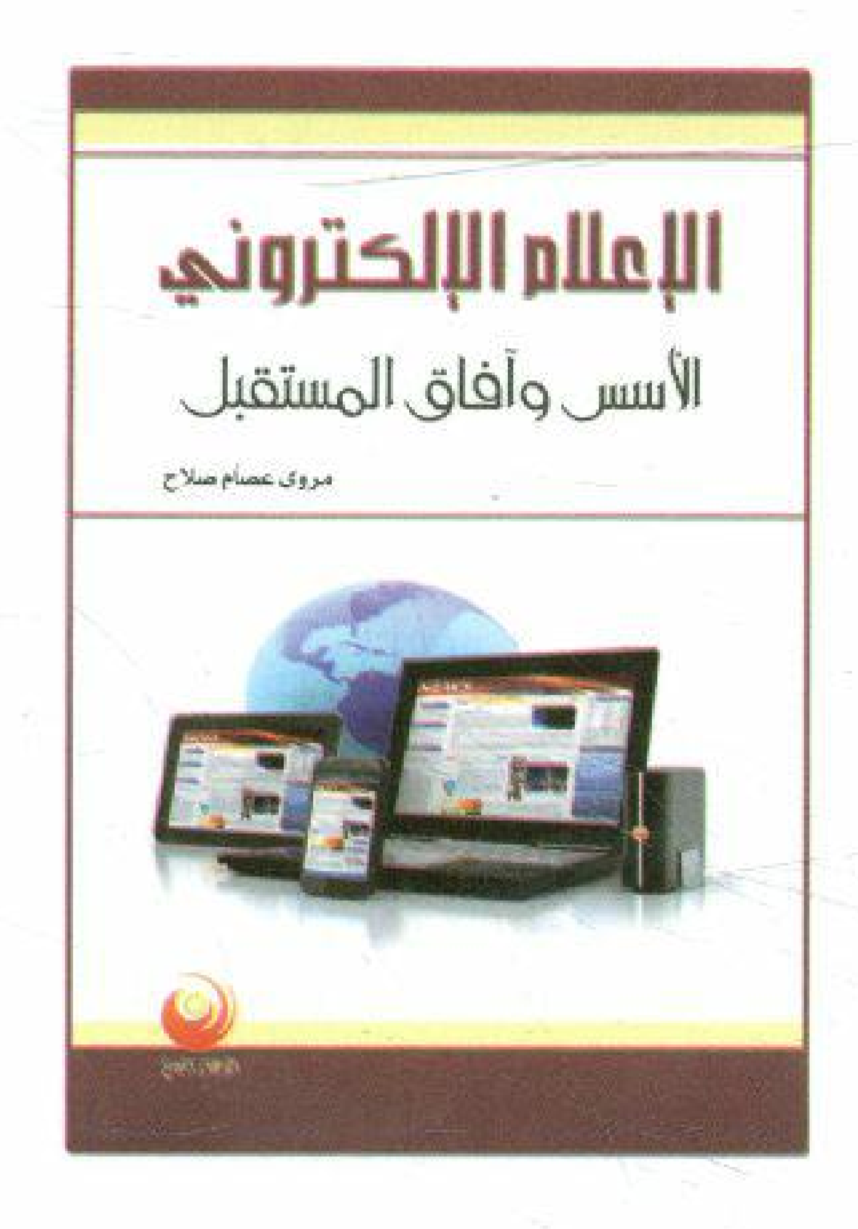
19. جوهر معلومات الشرق الاوسط التجارية (موقع معلومات الكتروني)

20. http://informatics.gov.sa/magazine/

21. http://www.iawmag.co.as/

الإعلام الإلكتروني

الأسس وآفاق المستقبل






9789957524456

دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع

الاردن - عمان - مرج الحمام - شارع الكنيسة - مقابل كلية القدس
هاتف 0096265713906 فاكس 0096265713907
www.dar-aleasar.com